



OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO

140



Turismo sostenible
Estado, comunidad y empresa frente al mercado

El caso de Ecuador

EQUIPO TECNICO MULTIDISCIPLINARIO PARA LOS PAISES ANDINOS
INFOCUS PROGRAMA DESARROLLO DE LA PEQUEÑA EMPRESA – GINEBRA
DEPARTAMENTO DE ACTIVIDADES SECTORIALES - GINEBRA

Copyright © Organización Internacional del Trabajo 2001
Primera edición 2001

Las publicaciones de la Oficina Internacional del Trabajo gozan de la protección de los derechos de propiedad intelectual, en virtud del protocolo 2 anexo a la Convención Universal sobre Derecho de Autor. No obstante, ciertos extractos breves de estas publicaciones pueden reproducirse sin autorización, con la condición de que se mencione la fuente. Para obtener los derechos de reproducción o de traducción deben formularse las correspondientes solicitudes a la Oficina de Publicaciones (Derechos de autor y licencias), Oficina Internacional del Trabajo, CH-1211 Ginebra 22, Suiza, solicitudes que serán bien acogidas.

OIT/EQUIPO TECNICO MULTIDISCIPLINARIO PARA LOS PAISES ANDINOS

Documento de Trabajo 140. Turismo sostenible. Estado, comunidad y empresa frente al mercado. El caso del Ecuador.

Lima, Oficina Internacional del Trabajo, 2001

ISBN 92-2-312840-4

ISSN 1020-3974

Las denominaciones empleadas, en concordancia con la práctica seguida en las Naciones Unidas, y la forma en que aparecen presentados los datos en las publicaciones de la OIT no implican juicio alguno por parte de la Oficina Internacional del Trabajo sobre la condición jurídica de ninguno de los países, zonas o territorios citados o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras.

La responsabilidad de las opiniones expresadas en los artículos, estudios y otras colaboraciones firmados incumbe exclusivamente a sus autores, y su publicación no significa que la OIT las sancione.

Las referencias a firmas o a procesos o productos comerciales no implican aprobación alguna por la Oficina Internacional del Trabajo, y el hecho de que no se mencionen firmas o procesos o productos comerciales no implica desaprobación alguna.

Las publicaciones de la OIT pueden obtenerse en Las Flores 295, San Isidro, Lima 27-Perú, o pidiéndolas al Apartado Postal 14-124, Lima, Perú.

Vea nuestro sitio en la red: www.oit.org.pe

Impreso en el Perú.

ADVERTENCIA

El uso de un lenguaje que no discrimine ni marque diferencias entre hombres y mujeres es una de las preocupaciones de nuestra Organización. Sin embargo, no hay acuerdo entre los lingüistas sobre la manera de hacerlo en nuestro idioma.

En tal sentido y con el fin de evitar la sobrecarga gráfica que supondría utilizar en español o/ a para marcar la existencia de ambos sexos, hemos optado por emplear el masculino genérico clásico, en el entendido de que todas las menciones en tal género representan siempre a hombres y mujeres.

PROLOGO

Este documento presenta y difunde las memorias del seminario-taller sobre el tema “Turismo Sostenible: Estado, Comunidad y Empresa frente al mercado”, que tuvo lugar en El Puyo (Ecuador), del 1 al 3 de agosto del 2001. El evento convocó a los actores institucionales - públicos, privados y comunitarios- que intervienen en la planificación, promoción, oferta y comercialización de productos turísticos en Ecuador, con el propósito de reflexionar sobre los desafíos, potencialidades y riesgos que implica la promoción del turismo con comunidades indígenas, en el marco de una economía de mercado.

El seminario tuvo como objetivo general contribuir a la promoción del sector turístico, como uno de los componentes relevantes del desarrollo económico local, a efectos de generar y mejorar la calidad del empleo. Los objetivos específicos fueron:

- *Dar a conocer y debatir los contenidos de la política del Gobierno ecuatoriano sobre desarrollo del turismo y descentralización de su gestión a favor de los municipios.*
- *Compartir y capitalizar experiencias de turismo en comunidades indígenas a fin de generar nuevos aprendizajes que contribuyan a mejorar las estrategias de apoyo.*
- *Propiciar un diálogo constructivo entre los actores públicos, privados y comunitarios del sector turístico con miras a lograr su competitividad y sostenibilidad.*
- *Definir orientaciones estratégicas y concertar lineamientos de acción para una eficaz cooperación entre dichos actores a nivel local y nacional.*

El seminario, al igual que los anteriores realizados en Bolivia y el Perú, se enmarca dentro del programa de actividades de la OIT destinado a promover los derechos y libertades fundamentales de los pueblos indígenas, consagrados en el Convenio número 169 sobre Pueblos Indígenas y Tribales. Como parte de esas actividades, la OIT emprendió una serie de estudios sobre las experiencias de turismo de las comunidades indígenas en Bolivia, Ecuador y el Perú. En total, 19 estudios de casos fueron realizados, de los cuales siete tuvieron lugar en Ecuador, en cooperación con el Ministerio de Turismo. En el evento se expusieron y debatieron algunos de ellos, así como otras experiencias en los ámbitos comunitario y municipal; su conocimiento permitió capitalizar enseñanzas que luego se plasmaron en un conjunto de propuestas para el fomento y desarrollo sostenible del turismo comunitario.

En las dos últimas décadas se ha registrado un auge del turismo dirigido a las comunidades rurales e indígenas, el mismo que reviste diversas modalidades de ejecución, apoyo y alianzas entre los actores del turismo. En consecuencia, sus resultados son muy disímiles entre comunidades y países. Para designar el carácter de los productos ofertados por las comunidades se han acuñado diversos vocablos, siendo el más adecuado el de “etnoturismo comunitario”, por las razones que se exponen más adelante. El común denominador que los define es la demanda de un segmento de mercado con un alto poder adquisitivo, que busca compartir experiencias vivenciales con las comunidades indígenas inmersas en su hábitat natural.

No obstante, dichas comunidades han expresado sus fundados temores ante los efectos del nuevo fenómeno, por lo que éste puede significar para ellas: nuevas enajenaciones de sus

territorios, depredación de los ecosistemas, aumento de su dependencia, pérdida de la identidad cultural y la cohesión social. No deja de inquietarles igualmente la viabilidad de los proyectos turísticos comunitarios, o ejecutados en asociación con el sector privado, y la distribución equitativa de los beneficios que ellos reportan.

Por otra parte, la globalización de la economía exige de las empresas comunitarias niveles de productividad y competitividad similares a aquellos alcanzados por las que operan en el mercado local o internacional. Eso se espera de ellas a pesar de que los pueblos indígenas continúan siendo excluidos de las instituciones y discriminados en el acceso a recursos, servicios comunitarios y oportunidades de desarrollo, especialmente en la educación, la formación profesional y la salud. En ese contexto, las comunidades indígenas enfrentan con muchas restricciones los profundos cambios acaecidos en las estructuras de la sociedad, el mercado y el Estado. Las nuevas condiciones económicas, laborales y tecnológicas demandan de ellos esfuerzos gigantescos para llevar adelante sus iniciativas productivas con eficiencia y creatividad. Baste citar el caso de las redes comunitarias o “clusters turísticos”, que suman recursos de diversa índole, diversifican actividades y agregan valor a la cadena productiva turística.

Existe un convencimiento generalizado de que el turismo, gracias a sus efectos multiplicadores sobre otras ramas de actividad, constituye un sector clave para generar fuentes de empleo productivo, en plazos relativamente cortos, valorando recursos naturales y culturales, al tiempo que capta divisas del mercado. En ese contexto, el turismo con comunidades indígenas y municipios rurales tiene una misión específica que cumplir: elevar los niveles de actividad y bienestar de las poblaciones beneficiarias, preservando su identidad cultural y los ecosistemas en los que se desenvuelven, a la vez que fortalecer las capacidades institucionales locales para promover el turismo sostenible y competitivo.

El objetivo del presente evento no podía ser más oportuno y pertinente, al convocar a todos los actores del sector turístico para tratar de superar conjuntamente las restricciones que enfrentan actualmente. Las conclusiones y recomendaciones apuntan a conseguir condiciones institucionales, jurídicas e incentivos de la política pública, así como procesos participativos en la gestión municipal del turismo para garantizar su sostenibilidad y competitividad. A nivel micro, se propone medidas encaminadas a mejorar el mercadeo de productos y el nivel de los recursos humanos para una eficiente gestión de las empresas, sin perder de vista el acceso a recursos financieros y a otros servicios empresariales.

El evento fue auspiciado por la OIT y organizado con el apoyo del Ministerio de Turismo y la CONAIE. La redacción del primer informe estuvo a cargo del consultor Camilo Restrepo; la presente versión fue editada por Carlos Maldonado, de la OIT, quien asume la coordinación del Programa de actividades sobre desarrollo rural y pueblos indígenas.

Daniel Martínez

Director

Equipo Técnico Multidisciplinario

para los Países Andinos

OIT

INDICE

I. POLITICAS DE PROMOCION DEL TURISMO	9
1. Sostenibilidad y descentralización del turismo en Ecuador <i>Rocío Vázquez, Ministra de Turismo</i>	9
2. Política de turismo de la CONAIE <i>Blanca Chancoso (dirigenta Conaie)</i>	11
3. Etnoturismo comunitario y la OIT <i>Carlos Maldonado (experto OIT)</i>	13
II. METODOLOGIA: ETNOTURISMO COMUNITARIO	17
Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo sostenible con comunidades indígenas <i>Carlos Maldonado (experto OIT)</i>	
III. EXPERIENCIAS COMUNITARIAS EN TURISMO	23
1. Turismo sostenible con comunidades indígenas de Ecuador <i>Susana Andrade y Antonio Males, consultores</i>	23
2. Red indígena de ecoturismo en la amazonia ecuatoriana (Ricancie) <i>Tarquino Tapuy (Dirigente FOIN)</i>	27
3. Turismo comunitario en Pungohuayco Kichwa Llakta, provincia de Imbabura <i>Lola Criollo (dirigenta comunitaria)</i>	29
4. Ecoturismo en la comunidad de Salinas, Provincia de Bolívar <i>William Ramírez (coordinador FUNORSAL)</i>	31
IV. EXPERIENCIAS DE OTROS ACTORES TURISTICOS	33
1. Experiencia participativa del municipio de Cotacachi <i>Edwin Echeverría (municipalidad de Cotacachi)</i>	33
2. Experiencia de una empresa privada en ecoturismo <i>Sofía Darquea (Gerenta General TROPIC)</i>	34
3. Estrategias para la participación comunitaria en ecoturismo <i>Diego Andrade (dirigente ASEC)</i>	37
4. Cámaras de Turismo: ecoturismo y sostenibilidad <i>Guillermo Dávalos, Cámaras de Turismo de la Región Amazónica</i>	38

V. SERVICIOS EMPRESARIALES PARA EL ETNOTURISMO: RED DE TURISMO SOSTENIBLE (REDTURS)	45
<i>Carlos Maldonado (experto OIT)</i>	<i>45</i>
VI. TRABAJO EN TALLERES	45
1. Orientaciones para los temas de trabajo grupal	
<i>Carlos Maldonado (experto de la OIT)</i>	<i>45</i>
2. Resultados del trabajo en talleres:	46
Tema 1: Requerimientos institucionales y políticas para el desarrollo del turismo sostenible	46
Tema 2: Planificación y gestión municipal del turismo sostenible	47
Tema 3: Planes y proyectos de turismo sostenible con participación comunitaria	48
Tema 4: Ambiente e interculturalidad en el turismo con comunidades indígenas	49
Tema 5: Diseño y desarrollo de productos turísticos a nivel comunitario	50
Tema 6: Segmentos de mercado y marketing para productos turísticos comunitarios	50
Tema 7: Gestión empresarial para el desarrollo del turismo sostenible	51
Tema 8: Recursos humanos para el turismo sostenible en el ámbito comunitario	51
VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	53
VIII. PREGUNTAS Y COMENTARIOS	57
IX. ANEXOS	61
Anexo I: Programa del seminario	61
Anexo 2: Lista de participantes	65

I. POLITICAS DE PROMOCION DEL TURISMO

1. Sostenibilidad y descentralización del turismo

Rocío Vásquez, ministra de Turismo del Ecuador

Política de descentralización

La descentralización turística considera la diversidad de actores y contextos geográficos, busca mejorar la eficiencia y la equidad en el uso de los recursos y oportunidades. Además, acerca la gestión turística a las autoridades locales y sus ciudadanos para impulsar el turismo local y nacional, con visión de futuro. En fin, procura sensibilizar a los actores de un destino sobre la complejidad de la actividad y la necesidad de planificar participativamente, coordinar, concertar y privilegiar la sostenibilidad.

Este proceso se enmarca dentro del Plan de Competitividad Turística (1999), que reconoce al Ministerio de Turismo como la autoridad nacional que dicta políticas nacionales y cumple un papel de facilitador en el desarrollo del sector. Es responsable de normar, regular, apoyar y promover la imagen externa del país, pues el turismo es su mejor y más visible presentación en el exterior. La imagen del Ecuador tiene que ser concebida como un bien público, que pertenece a todos los ecuatorianos. Esa imagen integral debe ser protegida y beneficiar a todos.

Los Planes Estratégicos Participativos del sector -que se iniciaron tras la firma de los convenios de Transferencia de Competencias, el 19 de julio del 2001, con 36 municipios seleccionados en la primera fase del Plan de Descentralización- convocan a todos los sectores a ser partícipes de su desarrollo y a dejar a un lado el escepticismo, la exclusión y la inseguridad. Los procesos de des-

centralización y desconcentración impulsados por el Ministerio de Turismo deben ser reales y proponer mecanismos adecuados de toma de decisiones para destinar los recursos necesarios para implementar las acciones.

La descentralización fortalece institucional y técnicamente a los municipios para que asuman el liderazgo del turismo local. Este proceso viene acompañado de un Plan de Capacitación, que incluye una diversidad de temas, para que las nuevas funciones sean asumidas de manera efectiva y eficiente.

Si el desarrollo sostenible busca potenciar las capacidades e iniciativas locales, la cercanía a los problemas, necesidades y recursos permite a los municipios, en este caso, la elaboración de políticas concertadas con los diferentes actores y sectores, estimulando de esta manera una cultura proactiva y democrática para el desarrollo local. El desafío es que, además de las entidades estatales centrales y la gran empresa, los actores públicos y privados del nivel local se organicen y conviertan en protagonistas del desarrollo nacional. Los mecanismos de participación ciudadana y de coordinación entre el Estado, la sociedad civil y el sector empresarial resultan decisivos para avanzar hacia el desarrollo sostenible.

Las administraciones locales, las empresas, sus productos y sus trabajadores se encuentran en un territorio específico, donde el entorno y los actores que lo conforman, determinan la calidad del bien o servicio que va al mercado. Por lo tanto, una empresa cuyo entorno se caracterice por analfabetismo, desnutrición, carencia de servicios básicos, deforestación o contaminación, no puede elaborar productos competitivos que cumplan con las normas de calidad que exige el turismo interna-

cional. La aplicación del enfoque local o territorial de desarrollo es coincidente con las actuales tendencias mundiales del mercado turístico.

El desarrollo sostenible es más fácil de visualizar y practicar a nivel micro, debido a que los recursos naturales se encuentran en estos espacios, y la concertación es más probable entre comunidades, autoridades y empresas locales. En este sentido, y en vista de la conveniencia de que lo local y lo rural se articulen con lo nacional y lo urbano, la globalización requiere de un entorno armónico entre las grandes empresas y centros urbanos con las economías y ecosistemas del área rural. Por lo tanto, hablar de desarrollo sostenible implica hablar de equidad social, económica, política de género y ambiental.

Es necesario que el desarrollo turístico se enmarque en un concepto de sostenibilidad y de competitividad para que las comunidades participen del beneficio que genera el turismo, sin perder su identidad y revaloricen su patrimonio. Nada de ello será posible si no hay una acción decidida y comprometida de los gobiernos locales y particularmente de los Municipios y Consejos Provinciales, con el conjunto de actores comunitarios interesados en la actividad turística.

Marco legal

El Plan de Descentralización, como instrumento jurídico, se sustenta en un conjunto de leyes e instrumentos legales¹. No se trata de una medida coyuntural, pues se trabajó más de un año evaluando los requerimientos de los municipios que solicitaron las competencias de turismo. Además, en abril del 2000, se firmó el *Gran Acuerdo Nacional de Voluntades* en el que participaron casi todos los actores decisivos del país².

La promoción de formas alternativas de turismo coherentes con los principios de desarrollo sostenible, así como el fomento de la diversifica-

ción de los productos turísticos, constituyen una garantía de estabilidad a mediano y largo plazos. Para ello, el Ministerio de Turismo ha elaborado una propuesta de “Reglamento de Turismo y Sostenibilidad”, con normas orientadas a las instituciones del Estado y del régimen seccional autónomo y dependiente, a las personas naturales, jurídicas y comunitarias que realizan o desean realizar actividades en la modalidad del ecoturismo en el país.

Objetivos de la política de descentralización

Se persigue mejorar la capacidad institucional y técnica de los municipios para que asuman el compromiso de dinamizadores de la actividad turística local, ejerciendo un claro liderazgo en el ejercicio de su gestión. Para ello es importante establecer un espacio de concertación y diálogo permanente entre el Gobierno central, los gobiernos locales, los empresarios y las comunidades, con el fin de ir analizando experiencias exitosas y solucionando problemas.

Ambitos y competencias

El otro pilar sobre el que descansa la política nacional es la afirmación del Ministerio de Turismo como autoridad nacional en la materia, carácter que debe ser reforzado permanentemente, para que su labor sea eficaz en los servicios que provea a los gobiernos locales, empresarios y comunidades. El papel que le incumbe desempeñar según la Constitución es el de facilitador, coordinador y fiscalizador en última instancia.

¿Por qué el Municipio y no los Consejos Provinciales? Se observa que el turismo se desarrolla a partir de un núcleo, generalmente urbano, para luego extenderse hacia las áreas rurales. Se van así formando cadenas o circuitos. El Municipio tiene una gran responsabilidad, pues no puede haber desarrollo turístico si no dispone de los servicios básicos que provee el gobierno local: agua potable, comunicaciones, equipamiento ur-

bano, accesibilidad, etc. Cuando el turista desea quedarse más días en la región e interesarse en otros atractivos ubicados en el área rural o en otras provincias vecinas interviene entonces el Consejo Provincial, coordinando las iniciativas de una mancomunidad de municipalidades que empieza a trabajar en beneficio de una región.

¿Qué competencias se transfieren?

En primer lugar, la planificación. En el nivel local ésta es de carácter participativo, siendo importante que cada comunidad defina por sí misma qué quiere hacer, a dónde quiere ir, cuáles son sus objetivos y metas, así como qué procesos desea implementar para alcanzar estos últimos. De no ser así, se fracasaría por ser un modelo impuesto y sin raíces locales.

Por otro lado, el Municipio tiene la capacidad de legislar localmente y eso es positivo, en particular, en materia de ordenamiento territorial, de manera que las actividades no se molesten unas con otras y, más bien, convivan respetando la vida cotidiana del ciudadano. Muchas veces hay que evitar los impactos negativos del turismo, cuando éste empieza a alterar la convivencia normal a la que tiene legítimo derecho cada ciudadano.

¿Quién más indicado que el Municipio para mantener al día el catastro de los establecimientos turísticos, que sirve no solamente para controlar o cobrar tributos, sino también para llevar estadísticas de los montos de inversión y ver cómo se puede facilitar o incrementar inversiones en determinada zona, a través de ordenanzas? Otra competencia transferida se refiere al cobro de la licencia de funcionamiento de los establecimientos, pues por todo servicio debe haber una retribución. Los recaudos, por ley, tienen que ser destinados en un 90% a la promoción turística local.

Pretender captar turismo internacional sin antes haber desarrollado un turismo interno, es

bastante riesgoso. El turismo que queremos desarrollar para el Ecuador es un turismo especializado y no masivo; un turismo responsable y sostenible, que respete el patrimonio tanto natural como cultural. Este tipo de turismo requiere un país, una región, una localidad con identidad; si se la pierde ya no tenemos nada qué mostrarnos a nosotros mismos, ni a los demás. Por lo tanto, debemos incentivar el rescate, el fomento de las tradiciones y manifestaciones culturales locales; actividades que tenemos que mirar como una inversión, puesto que a través del turismo podemos valorarlas y desarrollarlas.

El turismo en el Ecuador está cambiando; por ello la apuesta del Gobierno es que el Ecuador cambie gracias al turismo. No se trata de una transformación simple, será lenta y a veces tediosa, pero será también la oportunidad para evidenciar nuestra entereza y compromiso de servicio. El manejo exitoso del turismo es como la transformación gradual de un organismo vivo que busca renovarse, como una especie de regeneración celular, que demanda a todas las partes adaptación al cambio y compromisos compartidos.

Pongamos en vigencia real el Acuerdo Nacional de Voluntades como una demostración de que tenemos miles de personas que nos hemos comprometido con el turismo. Con decisión y entusiasmo estamos convencidos de que el turismo traerá mejores días para todos.

2. Política de turismo de la CONAIE

Blanca Chancoso, dirigente de la Conaie

Hace una década, la Conaie fundamentó y elaboró lo que se conoce como el “Proyecto Político” de la organización, en el cual se establece una aproximación conceptual y programática en el campo del desarrollo y se define un modelo económico del futuro “Estado Plurinacional”, de carácter comunitario, recíproco y ecológico.

A partir de ello se precisan los lineamientos en el sector del turismo, para el cual se establece lo siguiente: “El sector turístico, al igual que los otros sectores, no ha recibido el apoyo decidido por parte del Estado Uninacional, para poder desarrollarse de acuerdo a las potencialidades naturales del país y la demanda turística. Al no existir una política objetiva y seria de la actividad turística, los pueblos y nacionalidades indígenas hemos sido utilizados y manipulados por las diferentes agencias e instituciones dedicadas a estas actividades, creando impactos negativos al interior de las mismas, en el plano social y cultural”.

En 1997, la Conaie incorporó a su “Plan Estratégico”, el área de Gestión Económica y de Recursos Naturales, dentro de la cual consta el programa de tierras, territorios y recursos naturales de las nacionalidades, destinado a consolidar un desarrollo integral sustentable con identidad étnica y adaptado al ecosistema de los pueblos indígenas. El programa incluye el mejoramiento de la capacidad técnica y de gestión, a nivel nacional e internacional, de sus propios programas de desarrollo económico, cultural, tecnológico, ambiental y eco/etnoturístico, para potenciar la capacidad de gestión de comunidades, centros, circunscripciones territoriales y organizaciones étnicas.

En 1998 el movimiento indígena, en su proceso de generar espacios institucionales, logró el consenso nacional para el reconocimiento constitucional de la diversidad nacional presente en el Ecuador, así como el derecho a autodefinirnos como nacionalidades en un Estado pluricultural y multiétnico. Además, se alcanzó la oficialización de los idiomas ancestrales; el reconocimiento de circunscripciones territoriales y gubernativas de las nacionalidades; el derecho a mantener nuestra identidad, la territorialidad y el uso y usufructo, administración y conservación de nuestros recursos naturales; el derecho a conservar y desarrollar normas tradicionales de convivencia, organización y autoridad, así como a la propiedad intelectual colectiva y a la educación intercultural bilingüe.

Descripción de la actividad turística

La impresionante transnacionalización de la economía y de las actividades productivas ha llevado a la creación de grandes consorcios turísticos que, en su afán de ganancia y lucro privado, han gestado inmensas redes de control y manejo de paquetes turísticos para la sociedad de consumo de los países desarrollados. Se ha inducido un proceso de aguda competencia, diversificación y oferta turística, generando propuestas de eco y etnoturismo. Basta señalar que, según datos del Banco Mundial, de cada dólar norteamericano gastado en un sitio anfitrión, el 90% retorna al país de origen del visitante, a través de las corporaciones internacionales que controlan la infraestructura y los circuitos de comercialización de esta industria.

De esta manera, el Ecuador ha visto en los últimos años incrementarse la demanda turística y, con ello, la presencia de empresas nacionales e internacionales que han empezado de manera autónoma a ingresar paquetes turísticos a comunidades y territorios indígenas, sin reportar a estos últimos ningún beneficio. En este proceso, el Estado a través de varios ministerios ha promovido las actividades turísticas en general; respondiendo a una lógica empresarial ha apoyado fundamentalmente a empresas privadas, mientras que ha relegado el turismo gestionado por sectores comunitarios indígenas, que han sido generalmente incorporados como mano de obra barata de los grandes negocios transnacionales.

Hace pocos años se creó el Ministerio de Turismo, que ha establecido modificaciones al cuerpo legal para promover la actividad turística. Debido a la vigencia de normas constitucionales y convenios internacionales, las instituciones públicas han propiciado que estas leyes contemplen disposiciones que protejan el ambiente, los recursos naturales, la biodiversidad, la cultura originaria y la coparticipación de las comunidades indígenas en su gestión. Sin embargo, muchas de estas normas han quedado en el papel, siendo responsabi-

lidad de las organizaciones indígenas conseguir su irrestricta aplicación.

Conviene destacar que el predominio de la actividad turística empresarial ha generado distorsiones de orden social, cultural, económico y ambiental en las comunidades indígenas, por no haber estado suficientemente fortalecidas y organizadas para mitigar impactos nocivos. En concreto, se han evidenciado fenómenos como el “folklorismo” o la utilización y manipulación burda de valores, cosmovisiones, tradiciones y costumbres sagradas de los pueblos indígenas; la aculturación acelerada, especialmente de los jóvenes; la estratificación y dispersión social; la práctica del consumismo, la prostitución y drogadicción. Afortunadamente, en contrapartida existen experiencias de desarrollo turístico gestionadas por comunidades indígenas que al estar suficientemente organizadas (con planes y programas de desarrollo propios) y fuertes (económica, cultural y socialmente) han propiciado el desarrollo local sostenible, evitando los efectos negativos antes descritos.

El turismo comunitario como alternativa

Una política de turismo puede ser viable y fructífera para las comunidades si se promueve y revaloriza la cultura originaria, si se las fortalece en los planos social y organizativo. Para el efecto, el Estado deberá impulsar e implementar las siguientes acciones:

- Apoyo a la investigación y recopilación participativa de la memoria colectiva indígena, así como la difusión de sus resultados con el fin de fortalecer la identidad histórico cultural.
- Diagnóstico e inventario turístico y diagnóstico de la etnografía indígena.
- Impulsar proyectos turísticos en territorios indígenas a efectos de lograr el autofinanciamiento y el desarrollo de sus habitantes.
- Facilitar y canalizar recursos financieros para la ejecución de proyectos turísticos comunitarios,

particularmente de orden ecológico, cultural, medicinal y científico.

- Implementación de un sistema de capacitación y asistencia técnica permanente y especializado.
- Acceso a espacios de publicidad y a eventos de difusión nacional e internacional.
- Traspaso a las comunidades indígenas de la administración y gestión de los atractivos históricos y culturales que se encuentren en sus territorios.
- Equipamiento e infraestructura no contaminante Ni atentatoria contra la cultura original.
- Aplicación y cumplimiento de las leyes que norman la actividad turística.
- Exoneración y/o facilitación de trámites y certificaciones para operadores turísticos indígenas.
- Reformas de leyes, decretos y reglamentos que coaccionan o limitan la participación de las comunidades en la actividad turística .
- Reconocimiento legal de la categoría de empresa comunitaria.

3. Etnoturismo comunitario y la OIT

Carlos Maldonado, OIT

El experto destacó que el presente seminario-taller, al igual que aquellos realizados en Bolivia y Perú, se enmarcaba dentro del programa de actividades de la OIT destinado a promover los derechos y libertades fundamentales de los pueblos indígenas, consagrados en el Convenio número 169 sobre Pueblos Indígenas y Tribales.

Como parte de estas actividades, la OIT emprendió en agosto del 2000, una serie de estudios sobre las experiencias de turismo con comunidades indígenas en Bolivia, Ecuador y Perú. En total han sido concluidos 19 estudios, de los cuales siete conciernen a Ecuador y fueron realizados en cooperación con el Ministerio de Turismo. Precisó que en el evento se expondrán y debatirán algunos de ellos, así como otras experiencias en los ámbitos comunitario y municipal, cuyo conocimiento coadyuvará a ampliar el horizonte de conocimientos de los participantes y a capitalizar

enseñanzas que se plasmen en propuestas concretas para desarrollar un turismo comunitario sostenible y equitativo.

Además, manifestó que el mencionado programa se originó en las demandas expresadas por las propias organizaciones indígenas, motivadas en conocer y tomar conciencia de los efectos de un número cada vez más creciente de proyectos de turismo que se ejecutan con las comunidades o, a veces, a costa de ellas. Con ese propósito, se diseñó un instrumento conocido como “Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo con comunidades indígenas”, que será expuesto más adelante, invitando a las comunidades interesadas a autoevaluar su propio desempeño turístico con el apoyo de un consultor. La metodología, con un enfoque integral, aborda las cuatro dimensiones fundamentales que permiten apreciar la viabilidad de los proyectos o empresas comunitarias, o sea, las dimensiones económica, social, ambiental y cultural.

La mayor preocupación de algunas comunidades indígenas, animadas con un sentido crítico hacia las actividades turísticas, estriba en dos aspectos: el primero se refiere a los efectos del turismo sobre las condiciones de vida, los recursos naturales y la cultura de las comunidades indígenas; el segundo, atañe a la viabilidad de los proyectos comunitarios o, en asociación con el sector privado, resultantes de esta nueva corriente turística hacia las comunidades. En cambio, en aquellas comunidades en donde existe el convencimiento de que el turismo puede aportar beneficios reales a las comunidades, como el mejoramiento de las condiciones de vida y de trabajo de sus miembros y el afianzamiento de su identidad cultural, las demandas se orientan más bien hacia:

- i) El fortalecimiento de la capacidad de auto-gestión de las empresas turísticas familiares o comunitarias.
- ii) La capacitación de recursos humanos para brindar servicios adecuados a los turistas.

- iii) El acceso a recursos financieros para la adquisición de activos fijos o capital de trabajo.

Manifestó que, en el transcurso de las dos últimas décadas ha cobrado un auge inusitado el turismo dirigido a las comunidades rurales e indígenas, revistiendo diversas modalidades de apoyo o ejecución y alianza entre los actores, así como resultados muy disímiles entre comunidades y países. Dada la diversidad de modalidades y contenidos de los productos turísticos que se ofrecen, se han acuñado diversos vocablos para designarlos, como eco o etnoturismo, turismo vivencial, turismo místico, turismo científico, turismo alternativo, etc. Todas estas modalidades tienen un común denominador; la demanda de un determinado segmento de mercado, viajeros con un alto poder adquisitivo que buscan compartir y aprender, gracias a contactos vivenciales con las poblaciones locales. En otros casos, se llevan a cabo actividades recreativas o de carácter científico en contacto directo con la naturaleza y con los grupos humanos que la preservaron y con la que viven en permanente armonía y equilibrio.

La OIT prefiere referirse al concepto y al fenómeno de **“etnoturismo comunitario”** en razón de la especificidad de la actividad turística con las comunidades indígenas, cuya oferta turística está esencialmente compuesta de productos culturales, herencia de civilizaciones ancestrales no simplemente de productos vinculados a la naturaleza o **“ecoturismo”**. Esta última noción tiene un alcance demasiado general, por lo tanto es imprecisa y ambigua, al cobijar cualquier actividad comercial relacionada con la naturaleza y las culturas locales; además, tiene la ambición de abarcar fenómenos que, obviamente, desbordan el concepto de “eco” y que éste no los designa.

En fin, cualquier empresa o producto turístico que quiera utilizar o (auto)atribuirse el membrete de “ecoturismo”, lo puede hacer, generalmente con fines de marketing, aunque no en pocos

casos, demuestren lo contrario con sus prácticas depredadoras. Al no haber certificación, resulta relativamente fácil “usurpar” dicha denominación. En cambio, al designar un producto como “etno-turismo comunitario”, el carácter de la actividad turística se precisa, siendo esencial y preponderante la experiencia vivencial directa con las comunidades indígenas, en su hábitat natural, con fines de intercambio y aprendizaje cultural, o sea, el significado y alcance de sus diferentes expresiones culturales. Es deseable, entonces, que las organizaciones indígenas hagan uso de su autoridad para certificar tal “marca de autenticidad”, únicamente a las actividades que respeten ciertas condiciones.

Por otra parte, los ecosistemas, al igual que las comunidades indígenas y su hábitat natural, son frágiles al contacto con la civilización occidental, cuyos conceptos, valores y actitudes distan mucho de armonizar y, en algunos casos son hasta incompatibles con los valores, instituciones, prácticas sociales, culturales y espirituales de dichos pueblos. La ruptura de dichos equilibrios está volviendo extremadamente vulnerables a las comunidades y es por ello que, muchas de ellas, no están convencidas de las bondades de un turismo que irrespete la cultura, debilita la cohesión social y depreda los recursos naturales.

Resulta claro que los pueblos indígenas y sus comunidades están afrontando con muchas dificultades, pero también creativamente, los cambios profundos que han acaecido en las últimas décadas en las estructuras de la sociedad, el mercado y el Estado. Las nuevas condiciones de vida, actividad y trabajo exigen de ellos esfuerzos gigantescos, no para ser asimilados, como pretenden las políticas integracionistas que practican muchos gobiernos, sino para que se reconozcan, protejan y respeten sus propios valores, instituciones y prácticas sociales, culturales y espirituales. Hoy más que nunca recobra capital importancia el respeto y la importancia especial que para dichos pueblos reviste su relación con

las tierras y territorios, en particular los aspectos colectivos de esa relación. Con respecto al turismo, son ciertamente fundados los temores que esa actividad pueda significar nuevas enajenaciones de sus territorios y aumento de su dependencia, que pueda conducirlos a una pérdida de identidad y cohesión étnica.

Ello significa concretamente que en este caso una estrategia de apoyo, no debería alterar la relación del indígena con su hábitat natural, ni incentivar el individualismo, para no contrariar las bases de la filosofía indígena de la vida, sus territorios y, en general, su cosmovisión. El desarrollo económico no se justifica por sí solo, sino en la medida en que cumpla una función social y beneficie a sus protagonistas. Por ello, el contenido y los métodos de los programas dirigidos a las comunidades indígenas, no pueden ser idénticos a los vigentes para otros grupos poblacionales; parece incluso necesario operar una ruptura con los esquemas imperantes en las ciencias sociales que los sustentan. Todo ello es consecuente con la tesis de la autogestión comunitaria y el derecho a la participación de los indígenas a todos los niveles de la adopción de decisiones que les afecten directamente.

A este respecto, el Convenio número 169 de la OIT enfatiza: “Los pueblos interesados deberán tener el derecho de decidir sus propias prioridades en lo que atañe al proceso de desarrollo, en la medida en que éste afecte sus vidas, creencias, instituciones y bienestar espiritual y, a las tierras que ocupan o utilizan de alguna manera y, de controlar en la medida de lo posible, su propio desarrollo económico, social y cultural. Además, dichos pueblos deberán participar en la formulación, aplicación y evaluación de los planes y programas de desarrollo nacional y regional, susceptibles de afectarles directamente”.

Adicionalmente, la globalización de la economía exige de las empresas comunitarias ser tan productivas y competitivas como aquellas con las

que compiten en el mercado local o internacional. Eso se espera de ellas a pesar de que a sus miembros durante siglos se les ha negado la participación en las instituciones dominantes, se les ha excluido de los beneficios del desarrollo y se les ha discriminado en materia de derechos y oportunidades, especialmente en los ámbitos de la educación, la formación profesional y la salud.

El objetivo del presente evento no puede ser más oportuno y pertinente, al convocar a todos los actores del sector turístico para reflexionar conjuntamente sobre los desafíos, potencialidades y riesgos que conlleva la promoción del turismo con comunidades indígenas y rurales. Si el turismo es capaz de mejorar las condiciones de vida, generar empleo y condiciones dignas para las comunidades locales, en el marco de una economía de mercado, su sostenibilidad está estrechamente vinculada a la existencia de determinadas condiciones, tales como:

- ✓ La eficiencia y la viabilidad económica de las empresas comunitarias.
- ✓ La distribución equitativa de los beneficios que reporte la actividad entre los agentes que intervienen en la promoción, oferta y comercialización de los productos turísticos.
- ✓ La protección de los territorios que las comunidades ocupan o utilizan, así como una adecuada preservación y aprovechamiento de los recursos naturales y la diversidad biológica.
- ✓ El respeto y la valorización de la identidad cultural de las comunidades rurales e indígenas con sus múltiples expresiones.

En consecuencia, lo que está en juego no es solamente la viabilidad económica de las empresas o la conservación de los ecosistemas sino, sobre todo, *la reproducción económica y social de dichos pueblos y comunidades con identidad cultural propia y dotados de instituciones sociales que han probado su eficacia.*

II. METODOLOGIA PARA EL ANALISIS DEL ETNOTURISMO COMUNITARIO

Carlos Maldonado, experto OIT

Objetivos

El objetivo general que persigue la OIT en su programa de etnoturismo comunitario se sustenta en el Convenio número 169, o sea, promover el reconocimiento, protección y ejercicio real de los derechos económicos, sociales, culturales y políticos de los pueblos indígenas, contribuyendo así a mejorar el bienestar material y espiritual de sus miembros.

Además, en el marco de su misión específica en el seno de las organizaciones de Naciones Unidas, la OIT tiene el mandato de promover la justicia social, políticas de empleo y trabajo decente, así como los derechos laborales de los pueblos indígenas. El fomento de las actividades turísticas puede contribuir a la afirmación de tales derechos, generando empleo e ingresos y fortaleciendo la capacidad autogestionaria de las comunidades.

Para el caso, el nuevo paradigma de la OIT de acceso al trabajo decente, estaría vinculado con el diálogo social que debe establecerse entre las comunidades y los operadores turísticos, entre las organizaciones indígenas y el Estado, las ONG y cualquier otro agente que participe en la promoción de productos turísticos, a los efectos de lograr el acceso, sin discriminación, a oportunidades económicas, recursos y servicios, así como al reparto equitativo de los beneficios que genera la actividad turística.

Los objetivos específicos están relacionados con:

- El fortalecimiento de la capacidad técnica y organizativa de las comunidades indígenas para emprender iniciativas locales de empleo. El desarrollo económico local implica una serie de ventajas, entre ellas, la facilidad de concretar el

diálogo y acciones efectivas entre las comunidades y las autoridades locales.

- La preservación de la identidad y diversidad cultural de los pueblos indígenas, valorando sus diferentes formas de expresión. El paradigma del “desarrollo con identidad” sintetiza elocuentemente el contenido que puede dársele a este objetivo. No porque el desarrollo económico imponga determinadas reglas de juego y formas de vinculación con el mercado, las comunidades indígenas deben verse obligadas a renunciar a su propia identidad; todo lo contrario, el desempeño de actividades como el turismo debe coadyuvar a fortalecer las expresiones de su cultura originaria y ancestral.
- La protección y preservación del hábitat en el que se desenvuelven las comunidades indígenas, lo cual significa ante todo sus tierras y territorios, así como la diversidad biológica que éstos encierran. Utilizaremos el concepto de hábitat para designar todo el entorno natural que posibilite y garantice la reproducción social, cultural y económica de los pueblos indígenas. La noción de ambiente, en este contexto tiene un alcance más limitado.

Estrategias

- Autoevaluación asistida de las experiencias de turismo comunitario en curso.
- Capitalización de enseñanzas y aprendizajes de experiencias exitosas y fallidas.
- Identificación de prioridades y retos para el futuro en materia de fomento del turismo comunitario.
- Definición de las demandas de servicios empresariales (investigación, capacitación, asistencia y asesoramiento técnico, así como acompañamiento) para el desarrollo del turismo comunitario.

- Institucionalización de metodologías y estrategias de acompañamiento en los ámbitos local, nacional y subregional.

Contenido del estudio de autoevaluación

A continuación se proporciona un conjunto de pautas para evaluar el grado de sostenibilidad de una experiencia turística comunitaria³. El método y la selección de las variables analíticas obedecen a las necesidades de realizar una lectura sistematizada de las experiencias que son objeto de observación y, luego, facilitar un análisis comparativo de las experiencias desarrolladas en diferentes países de la subregión (Bolivia, Ecuador y Perú), con fines de capitalización y difusión de sus resultados. Las experiencias serán observadas mediante una doble lectura, obviamente complementarias: la primera se realizará a un nivel *descriptivo*, mientras que la segunda tendrá un carácter *analítico*.

A) Descripción de la experiencia

Es indispensable obtener y procesar información descriptiva de carácter general, tanto sobre el proyecto o experiencias comunitarias en sí, como sobre su origen, raíces histórico-culturales, entorno geográfico, particularidades del producto y los atractivos turísticos, segmento del mercado atendido y las acciones que se han emprendido en materia de mercadeo y comercialización del producto.

i) Información general

- Ubicación geográfica: principales parámetros como localidad, municipio, departamento o provincia y región del país; altitud del lugar, ecosistema del que forma parte.
- Descripción de los principales atractivos turísticos de la zona de influencia considerada.
- Reseña histórica: la comunidad y el proceso de desarrollo del producto turístico; años de experiencia en el manejo del producto turístico.
- Apoyo recibido para su diseño, implementación y operación: comunidad únicamente,

ONG, Estado, sector privado (alianzas estratégicas y vínculos con operadores turísticos).

- Formas de acceso, medios de transporte combinado y tiempo para llegar al lugar desde la capital y la ciudad más cercana.
- Forma de propiedad y estatus jurídico de la empresa.

ii) Definición y composición del producto turístico

- Precisar la naturaleza del producto turístico ofertado: culturas vivas y convivencia con poblaciones nativas en relación con sus actividades productivas (agroturismo); exploración en la naturaleza: caminatas en selva y montaña con observación de flora, fauna, ríos, lagunas, cascadas, pesca, etc. (turismo de aventura); visita a monumentos y vestigios arqueológicos de culturas ancestrales (turismo histórico); visita a lugares sagrados y participación en ritos festivos y ceremonias religiosas o iniciáticas con chamanes (turismo místico); transmisión de conocimientos colectivos ancestrales y sus aplicaciones, enseñanza sobre plantas medicinales (turismo científico).
- Eventualmente los circuitos turísticos que se proponen: programa de actividades, caminatas y sitios que se visitan, número de días requerido para la visita.
- Presencia de elementos innovadores en el producto turístico y su composición.
- Conexión con otros destinos y circuitos turísticos, relaciones con otras comunidades vecinas.
- Servicios conexos o afines: guías nativos, venta de artesanías, medios de transporte propios, alimentación y refrigerio, alojamiento (hotel, hostería, hospedaje familiar, cabañas, carpas en campamento), etc.
- Servicios de telecomunicaciones: teléfono, fax, e-mail, radio, otros.
- Según los parámetros anteriores, el producto turístico puede ser catalogado como incipiente, en proceso de consolidación o ya consolidado.

iii) *El segmento de mercado atendido*

- Segmentación del mercado: definir el segmento al que está dirigido el producto y su grado de especialización (personas con intereses específicos, edad, condiciones económicas, procedencia: receptivo o nacional, etc.).
- Estimar el mercado potencial al cual podría orientarse el producto o la ampliación del mismo.
- Precisar la capacidad (de oferta) máxima para recibir y atender a grupos por visita.

iv) *Mercadeo y comercialización*

- Indicar si se cuenta con materiales de promoción como: afiches, trípticos, folletos, guías, videos, página web, si se utilizan los medios de comunicación para publicitar el producto (radio u otros).
- Canales de comercialización del producto: si es el caso, cómo se realiza su comercialización, o si el producto está listo para ser comercializado, planes que se desarrollarán para ello.
- ¿Forma parte de algún gremio, asociación, red de comercialización nacional o internacional?
- ¿Posee una sucursal de información y/o venta en el país o en el extranjero, o cuenta con algún representante para ese propósito?
- Participación en ferias de turismo, ruedas de negocios, congresos, seminarios o eventos de la misma índole comercial.

B) *Análisis de la experiencia*

Para la elaboración de esta sección se tendrá como marco de referencia algunos de los conceptos, instrumentos y etapas del proceso de planeación estratégica. En particular, se hará uso de tres instrumentos simplificados, conocidos como:

- i) *Diagnóstico estratégico*: que responde al interrogante ¿dónde se encuentra actualmente la experiencia comunitaria observada?
- ii) *Direccionamiento estratégico*: en esta fase se intenta responder a la pregunta ¿a dónde

quiere llegar la comunidad en un horizonte de tiempo definido?

- iii) *Proyección estratégica*: en esta fase se proponen y seleccionan opciones para cada uno de los objetivos y áreas estratégicas, respondiendo así a la pregunta ¿cómo va a lograr la comunidad sus objetivos y metas programadas?

i) *El Diagnóstico estratégico*

El diagnóstico comporta un análisis de la situación actual de la comunidad con relación a la experiencia analizada tanto internamente, como frente a su entorno. Ello implica un análisis de las principales fortalezas y debilidades internas a la comunidad en referencia a sus iniciativas de turismo, así como a las oportunidades y amenazas que ésta debe enfrentar en las diferentes etapas de concreción de su proyecto comunitario.

Con el propósito de sistematizar las variables más relevantes, se propone agruparlas en cuatro dimensiones genéricas: *económica, social, cultural y ambiental*. Estas dimensiones básicas están estrechamente relacionadas con el análisis de *sostenibilidad* en sus cuatro vertientes: económica, social, cultural y ambiental.

a) *Las cuatro dimensiones genéricas*

Económica: en esta dimensión se considerarán las siguientes variables:

- Actividades económicas nuevas o fortalecidas a través de la promoción del turismo (artesanía, pequeña agroindustria, transporte y otros servicios).
- Oportunidades de diversificación de las fuentes de ingreso e incremento de los mismos para la comunidad, gracias a las actividades turísticas y servicios conexos.
- Formas o mecanismos a través de los cuales se distribuyen en la comunidad los ingresos que se perciben por la actividad turística.

- Compra de productos y servicios locales para las actividades turísticas.
- Si las actividades son rentables y reportan ganancias, en qué se invierte o cómo se utilizarán las mismas (por ejemplo, en dotación o mejoras de servicios comunales).
- Inversión estimada en infraestructura ya realizada, en ejecución o en proyecto.
- Capacidad de gestión comunitaria para el manejo viable de las empresas turísticas.

Social: en este caso se analizarán las siguientes variables:

- Ocupación (empleo) permanente y ocasional que han generado las actividades turísticas en la comunidad o fuera de ella (independientes).
- Capacitación de recursos humanos que ha inducido la actividad turística en la comunidad.
- Categorías de la población que se han beneficiado en particular de los empleos y la capacitación (mujeres, jóvenes, tercera edad, analfabetos, de menor nivel educativo, discapacitados).
- ¿Las actividades turísticas y conexas han logrado atenuar los procesos migratorios de miembros de la comunidad?
- ¿Dichas actividades han incidido en un mayor grado de cohesión social de la comunidad (por ejemplo, fortaleciendo los mecanismos internos de participación y toma de decisiones) o han generado dislocaciones, fracturas y tensiones en su seno (por ejemplo, creando instancias paralelas de decisión y gestión, o favoreciendo procesos de diferenciación social)?

Cultural: en este ámbito se examinarán las siguientes preguntas directrices cualitativas:

- ¿Las actividades turísticas rescatan, valoran y potencian algunas de las diferentes manifestaciones propias de la cultura indígena?
- ¿Dichas actividades han respetado, afirmado y difundido valores, costumbres, tradiciones religiosas o espirituales y prácticas socio-cultu-

rales de la comunidad, o las han debilitado?

- ¿Se han desarrollado acciones de interculturalidad, como por ejemplo intercambio de conocimientos colectivos ancestrales?

Ambiental: en el análisis de esta dimensión se tomarán en cuenta las siguientes variables:

- ¿Qué medidas o disposiciones concretas ha previsto la comunidad para controlar y reducir el impacto negativo de las actividades turísticas en el entorno natural? En particular, se observarán las tecnologías y materiales utilizados en las obras de infraestructura y construcción, medios de transporte, alimentos y bebidas.
- ¿La comunidad realiza un manejo de desechos (sólidos, líquidos y emanaciones) acorde con la preservación del medio ambiente y los recursos naturales?
- ¿La comunidad ha buscado y/o ha recibido asesoramiento en materia de conservación ambiental?
- ¿Se ha capacitado a los guías nativos y se ha sensibilizado a la comunidad y a la población local en temas ambientales y valoración de sus propias costumbres y tradiciones?
- ¿Se está informando y orientando a los turistas en aspectos relacionados con manejo de desechos y conservación ambiental?
- ¿Se han identificado impactos negativos en el ecosistema generados por las actividades turísticas o se ha tomado conciencia de sus potenciales efectos negativos?
- ¿Se han elaborado y se están aplicando indicadores de monitoreo ambiental?

b) El análisis FODA

A continuación se precisan las definiciones básicas de los conceptos utilizados para el diagnóstico estratégico FODA:

Fortalezas: se refiere a los factores, cualidades, atributos, recursos y actividades *internos* a una comunidad que facilitan y contribuyen al

logro de los objetivos inicialmente trazados por la misma.

Debilidades: se relaciona con los factores, cualidades, atributos, recursos y actividades *internos* a una comunidad que dificultan y cohiben la consecución de los objetivos que persigue la comunidad.

Oportunidades: tiene que ver con circunstancias, eventos, hechos y tendencias que se manifiestan en el *entorno* de la comunidad que podrían beneficiar, favorecer o facilitar el desarrollo de ésta, a condición de tomar las medidas para que se los aproveche en forma oportuna y eficiente.

Amenazas: remite a circunstancias, eventos, hechos y tendencias que se manifiestan en el *entorno* de la comunidad que podrían impedir, limitar o dificultar el desarrollo de ésta, si no se toman las medidas pertinentes para suprimirlas, contrarrestarlas o neutralizarlas.

En síntesis, el diagnóstico estratégico debe permitir elaborar una matriz de doble entrada, de manera flexible y adaptada a las variables que se analicen, en la cual los elementos del FODA conforman los componentes *verticales* de la misma y las cuatro dimensiones genéricas los componentes *horizontales*.

ii) *Direccionamiento estratégico*

Una vez conocida la situación actual de la iniciativa turística de la comunidad, se trata ahora de saber *a dónde quiere llegar* esta última en un período determinado (tres años por ejemplo). La aplicación del instrumento llamado *direccionamiento estratégico* permitirá a la comunidad u

organización definir un conjunto de estrategias para aprovechar sus fortalezas, revisar y prevenir el efecto de sus debilidades, anticiparse y prepararse para aprovechar las oportunidades y prevenir oportunamente el efecto de las amenazas. Dicho de otra manera, la comunidad debe expresar lo que espera lograr para hacer real sus aspiraciones.

Esta etapa consiste en seleccionar de manera explícita un número limitado de objetivos en algunas áreas que la comunidad considera claves o primordiales para el desarrollo de su producto turístico y en las cuales, consecuentemente, pondrá especial atención y concentrará sus energías, esfuerzos y recursos. De este modo, conseguirá un desempeño excepcional (excelencia) con el fin de asegurar una competitividad en el mercado.

La formulación debe ser explícita en cuanto a la consolidación de las fortalezas identificadas, atacar las debilidades, aprovechar las oportunidades que se presentan y anticipar el efecto de las amenazas. Además, la formulación debe ser consistente, realista, comprometedor y motivadora de tal manera que estimule y promueva la identidad y pertenencia de todos los miembros de la organización o comunidad.

iii) *Proyección estratégica*

En esta etapa, la comunidad define las acciones que debe realizar y los recursos que espera movilizar a efectos de soportar el logro de los objetivos y hacer realidad los resultados esperados y las metas programadas. La proyección estratégica permite concretar y ejecutar los proyectos de la comunidad.

III. EXPERIENCIAS DE TURISMO COMUNITARIO

1. Turismo sostenible con comunidades indígenas del Ecuador

*Susana Andrade y Antonio Males,
consultores*

Esta presentación contiene un resumen de los estudios de caso realizados y de las recomendaciones que se formularon para el Gobierno Nacional, los gobiernos seccionales, la empresa privada y las ONG.

i) Selección de casos

El presente estudio sobre turismo sostenible con comunidades indígenas forma parte de un programa de estudios subregional de la OIT, en colaboración con el Ministerio de Turismo en el caso de Ecuador. El objetivo del Ministerio es el diseño de un Plan Nacional de Apoyo a las comunidades indígenas para el desarrollo de empresas turísticas orientadas a mejorar las condiciones de vida comunitarias y contribuir al uso sostenible de los recursos naturales.

El estudio se inició con la recopilación de información sobre diferentes experiencias de participación comunitaria en el turismo, especificando su naturaleza, origen, logros, impactos, potencialidades, desventajas y viabilidad de las mismas. Con base en esta información y de acuerdo a los grados de consolidación de los proyectos (incipiente, semi consolidado o consolidado) se eligieron siete comunidades.

Si bien la infraestructura turística y la calidad de los servicios de casi todos los proyectos se encuentran en proceso de consolidación, en la mayoría de ellos la riqueza cultural, la conservación ambiental y el fortalecimiento organizativo son las bases fundamentales de su desarrollo. La solidez de los objetivos políticos, culturales y ambientales de los

proyectos, más un grado de experiencias significativas de cinco a diez años, fueron las razones para que resultaran seleccionados los siguientes:

- 1) Ricancie: red de diez comunidades quichuas en la provincia del Napo.
- 2) Atacapi Papangu: sociedad establecida entre la Organización de Pueblos Indígenas de Pastaza (OPIP) y una empresa privada indígena.
- 3) Unión Guacamayos: proyecto de once comunidades indígenas en el alto Napo.
- 4) Kapawi: proyecto turístico de la empresa privada Canodros y la comunidad Achuar en la provincia de Pastaza.
- 5) Cofanes de Sábalo: proyecto turístico conocido internacionalmente, ubicado en la provincia de Sucumbios y administrado por un misionero norteamericano.
- 6) Oyacachi: proyecto turístico nuevo que surge a raíz de la construcción de un balneario de aguas termales en una comunidad entre la provincia de Pichincha y la provincia del Napo.
- 7) Salinas de Bolívar: proyecto turístico que complementa varios otros de carácter productivo de una comunidad de los andes, en la provincia de Bolívar.

Es importante destacar que tres de los siete proyectos seleccionados conforman una red de comunidades amparadas por organizaciones indígenas locales y regionales (Ricancie, Guacamayos y Atacapi Papangu). El concepto de *red* nace de la necesidad de buscar alianzas con comunidades que ya han tenido cierta experiencia en el campo de turismo sostenible, tanto en el diseño e implementación, como en su promoción y comercialización. Las ventajas de la alianza también se extienden a la capacitación y búsqueda conjunta de soluciones a los múltiples problemas que aquejan a las comunidades indígenas, como es la entrada de compañías mineras o petroleras en territorios indígenas.

En esta sección se sintetizan los factores de éxito y las dificultades que han tenido que enfrentar los proyectos seleccionados en los temas ambiental, social, económico y cultural y se revisan las recomendaciones que el estudio formuló para que el Gobierno, la empresa privada y las ONG apoyen de una manera efectiva al ecoturismo comunitario.

ii) Logros

a) *Dimensión ambiental*

En esta dimensión observamos que el turismo sostenible se ha convertido en un aliado de las comunidades indígenas en la medida que representa una forma alternativa de producción frente a actividades que destruyen el bosque, principal fuente de vida de las poblaciones del bosque tropical. Nos referimos concretamente a las actividades mineras, petroleras, madereras y agrícolas (monocultivo), las cuales no han generado ingresos para la región, por el contrario, han contribuido a aumentar los niveles de pobreza, contaminación y deforestación. La amazonia ecuatoriana es considerada la región más pobre del país, con un nivel de pobreza de un 79%.

El conocimiento ancestral del ecosistema amazónico por parte de las comunidades ha orientado a manejarlo sosteniblemente mediante sus formas tradicionales de producción y autosubsistencia. Las comunidades que han obtenido ingresos por el turismo han dejado de talar los bosques, la cacería de animales ha disminuido, han eliminado métodos nocivos de pesca y han reforestado los bosques secundarios. En fin, han alcanzado un mayor nivel de conciencia sobre la biodiversidad y la peculiaridad del ecosistema amazónico.

b) *Dimensión económica*

Entre los principales beneficios económicos se pueden citar:

- Creación de nuevas actividades económicas y la consolidación de las existentes
- Fortalecimiento de la labores artesanales de cerámica, fibras naturales y semillas (en todas las comunidades)
- Nuevas artesanías con chonta, caña guadúa, semillas (proyecto Guacamayos)
- Piscicultura (Río Blanco)
- Ampliación de huertos familiares: yuca, plátano, maní, hortalizas, frutas, chonta, etc. (en todas las comunidades)
- Avicultura (Río Blanco)
- Motoristas (en todas las comunidades)
- Transporte de alimentos y equipaje (Ricancie, Atacapi y Guacamayos)
- Servicios de trasbordo (Ricancie y Atacapi)
- Servicio de guianza (en todas las comunidades)
- Alojamiento familiar (Atacapi)
- Cocineras (en todas las comunidades)
- Personal administrativo y de gestión
- Siembra de caracoles y de hongos comestibles (Guacamayos)
- Zoocriaderos (Atacapi y Guacamayos)

c) *Dimensión social*

Todos los proyectos han generado empleo ocasional y permanente, directo e indirecto.

El empleo permanente lo constituye el personal administrativo de los proyectos consolidados o semiconsolidados; el ocasional se ubica en los proyectos incipientes, siendo de carácter rotativo entre los miembros.

El principal grupo beneficiario está constituido por los hombres, cuyas edades fluctúan entre los 20 y 50 años; ellos han asumido las tareas de construcción de la infraestructura turística (albañiles, carpinteros, etc.), la operación del proyecto (saloneros, motoristas, guías, músicos, chamanes) y el mantenimiento.

Las mujeres han participado activamente en tareas de cocina, limpieza, producción de artesanías,

grupos de danza y canto, manejo de proyectos productivos complementarios. El grupo de ancianos se han incorporado como trasmisores del conocimiento ancestral y contribuido a su revalorización.

La capacitación se ha orientado a fortalecer la capacidad administrativa del personal involucrado en los proyectos, a través de cursos de contabilidad y administración de empresas.

Se ha capacitado también en materias relacionadas con la ecología (biología, botánica y zoología) y el turismo (guianza, hotelería, cocina, atención al cliente, costumbres, etc.).

La cohesión social lograda por las comunidades se evidencia en la constitución de redes y en la activa participación, intra e intercomunitaria de sus miembros. Se ha afianzado la unificación familiar al posibilitar empleo a los jóvenes y atenuar la migración.

La participación de las mujeres en la toma de decisiones ha permitido su revalorización y activa incorporación.

d) Dimensión cultural

La actividad turística ha permitido una revitalización de la cultura, porque ha exigido preguntarse ¿quiénes somos?, ¿quién soy? ¿qué les digo a los turistas sobre mi cultura, y de mi pueblo? Es decir, se ha iniciado una toma de conciencia de la identidad étnica, que ha estimulado la recuperación de la historia y de la cultural material y espiritual, contenida aún en diversas manifestaciones y en la memoria colectiva de la comunidad.

iii) Dificultades

a) Dimensión ambiental

- La presencia de las compañías petroleras, mineras y madereras que no cumplen las normas ambientales.

- Falta de tratamiento adecuado de la basura y otros desechos.
- Conocimiento técnico insuficiente para el manejo de los recursos naturales.

b) Dimensión económica

- Promoción y comercialización insuficiente de los productos turísticos.
- Estrategias de marketing inadecuadas (Guacamayos y Atacapi).
- El limitado reconocimiento legal de la actividad de guianza nativa.
- Conocimiento empresarial insuficiente que no garantiza la rentabilidad de la inversión.
- Establecimiento de alianzas económicas deficiente.
- Falta de créditos y financiamiento.
- Infraestructura insuficiente.

c) Dimensión social

- Capacidad autogestionaria incipiente.
- Escasa cohesión social intra e intercomunitaria. División entre los miembros de la comunidad, los que apoyan los proyectos turísticos y quiénes no.
- Discontinuidad en la capacitación.
- Bajo grado de relacionamiento con otros actores. Sobre este tema se ha evidenciado conflictos con algunas ONG, aunque en la mayoría de casos ésta ha sido positiva. Los conflictos se han superado con mayores niveles de autogestión, selección de ONG, mayor consulta y participación de los miembros de las comunidades.

d) Dimensión cultural

- Recelo y rechazo a la presencia de turistas.
- Peligro de pérdida de autenticidad, en varios casos, del acervo cultural (folklorización o mercantilización).
- Falta de respeto a las costumbres por parte de los visitantes.

iv) Recomendaciones

Las recomendaciones se orientan hacia tres actores fundamentales del turismo o de los proyectos de desarrollo: el Estado, la empresa privada y las organizaciones no gubernamentales interesadas en el turismo comunitario sostenible.

Para el Estado:

Definir una política de turismo comunitario sustentable que contenga una estrategia de apoyo con las siguientes acciones:

- a) Creación de un marco legal apropiado para el turismo comunitario sostenible con leyes, regulaciones, normas y un régimen de impuestos diferentes a los que se aplican a las operadoras turísticas privadas, en virtud de que el espíritu, la filosofía del turismo comunitario persigue el bienestar económico, social y cultural de la comunidad y la conservación del medio ambiente como principal fuente de vida, a diferencia de la actividad privada que privilegia el lucro.
- b) Dentro del marco legal, debe establecerse un procedimiento eficaz para la calificación de la experiencia de los guías nativos y la concesión de licencias, documento indispensable para el ejercicio de la actividad turística, contemplando diferentes campos de acción del guía nativo, así como, sus especialidades profesionales
- c) Creación de un Centro de Turismo Comunitario, para proveer información actualizada y confiable sobre la oferta y demanda del sector. Deberá contar con una base de datos sobre los proyectos que existen y se están desarrollando en Ecuador.
- d) Promocionar y comercializar los productos turísticos que ofrecen estos proyectos en ferias internacionales y mediante la ejecución de programas especiales de marketing.
- e) Creación de un fondo de apoyo económico y técnico para que los proyectos de desarrollo comunitario lleguen a un nivel óptimo de cali-

dad y competitividad y se puedan sumar varias comunidades de varias regiones del país, mediante la concesión de créditos blandos, que además de potenciar la actividad turística misma, la complementen con la promoción de proyectos de huertas familiares, piscicultura, talleres de cerámica, etc.

- f) Definición e implementación de la zonificación turística, especialmente en la región amazónica.
- g) Por último, el Estado con las comunidades y las organizaciones indígenas tiene que establecer una política sostenida de desarrollo en el plano educativo; es fundamental que niños, jóvenes y adultos de todos los grupos humanos, asumamos un compromiso y una responsabilidad social para proteger el patrimonio natural, cultural y humano del país, pero no sólo al nivel de declaraciones, sino de puesta en vigencia de políticas concretas en los programas de estudios. Por ejemplo, en el caso de las escuelas, colegios y universidades, que se pongan en práctica campañas masivas de defensa, de conservación de los recursos naturales de la amazonía y del país, que se defiendan los conocimientos ancestrales de las comunidades.

Para la empresa privada:

- a) Exhortar a los propietarios de hoteles y operadores turísticos a emplear el recurso humano local de una manera decente.
- b) Compartir con el turismo comunitario sus conocimientos y experiencia.
- c) Invertir en estudios e investigaciones relacionados con el potencial de los recursos humanos y culturales de cada comunidad.
- d) Establecer vínculos con todos los sectores sociales y comunitarios involucrados en el turismo sostenible.
- e) Fortalecer la conciencia social y ambiental del empresariado.
- f) Celebrar acuerdos con las comunidades indígenas para una repartición equitativa de los beneficios económicos que genera el turismo con las comunidades.

- g) Implementar controles de impacto sociocultural y ambiental en su actividad turística.
- h) Establecer negocios asociados (*joint ventures*) con proyectos comunitarios.
- i) Coordinar con el Gobierno, las ONG, comunidades indígenas y medios de comunicación, acciones en favor de la conservación de la naturaleza, las culturas y el desarrollo de las comunidades locales.
- j) Impulsar y promover programas de certificación de servicios turísticos sostenibles.

Para las ONG:

- a) Proveer de asistencia financiera y técnica a las comunidades, respetando las estructuras organizativas existentes y favoreciendo su participación en el proceso de toma de decisiones.
- b) Elaborar estudios previos y de evaluación de impactos sociales y ambientales de los proyectos.
- c) Contribuir a la elaboración de planes de promoción y comercialización del producto turístico comunitario.
- d) Instaurar programas continuos de capacitación en el turismo comunitario.
- e) Crear un fondo para estudios e investigaciones aplicadas.
- f) Coordinar con el Gobierno, las comunidades indígenas y los medios de comunicación, acciones en favor de la conservación de la naturaleza, las culturas y el desarrollo de las comunidades locales.

2. Red indígena de ecoturismo en la amazonía (Ricancie)

Tarquino Tapuy, dirigente FOIN

i) ¿Quiénes somos?

Somos 250 familias, de un total de 2,700 personas, que conformamos diez comunidades indígenas quichuas. Participamos directamente en la actividad ecoturística gestionada comunitariamente, en una extensión territorial aproximada de 8,000 hectáreas pertenecientes a las mismas comunida-

des organizadas. Estamos ubicados en el Alto Napo de la Provincia del mismo nombre, en la amazonia ecuatoriana. El área donde vivimos corresponde al bosque muy húmedo tropical y bosque pluvial premontano.

ii) Antecedentes

En 1984 las comunidades indígenas filiales de la Federación de Organizaciones Indígenas del Napo (FOIN), nos organizamos para resolver problemas territoriales y de educación de nuestros hijos. Al mismo tiempo debimos enfrentar amenazas de las compañías petroleras, madereras, explotadoras de mármol y de los turistas conducidos por agentes externos. Muchos de los jóvenes estaban de acuerdo con la presencia de dichas compañías y otros no, iniciándose un conflicto lo que constituyó un peligro para la vida de la organización. Afortunadamente, el conflicto se resolvió tomando la decisión de que el ecoturismo comunitario sería una alternativa económica válida, en razón de que las actividades agrícolas que veníamos realizando no nos permitían mantener una subsistencia digna, debiendo incrementar cada vez más la tala de bosques. El ecoturismo se convirtió entonces en la mejor opción para incrementar nuestros ingresos y, sobre todo, sin depredar el bosque. Además, esta actividad nos permitía dar a conocer nuestra cultura, sin llegar a su mercantilización dentro de un plano de convivencia intercultural.

En 1973 fundamos la Corporación llamada “Red Indígena de las Comunidades del Alto Napo para la Convivencia Intercultural y el Ecoturismo”, conocida como Ricancie, con 32 comunidades de las cuales diez actualmente somos operativas. Nuestra experiencia se inició en 1988, como respuesta a la situación sociopolítica, económica y ecológica de la amazonia.

iii) Logros

El proyecto comunitario ha tenido un crecimiento sostenido, que se evidencia en el número

de visitantes. En 1994 se contabilizó 462 turistas y en el año 2000 alcanzamos a 870.

Contamos con una reglamentación clara para los turistas, expresada en estos términos:

- 1) No deje desechos plásticos, vidrio y otros materiales que no sean de fácil reciclaje; de haberlos traído regréselos consigo.
- 2) No se permite cambio o venta de ropa usada a los miembros de la comunidad.
- 3) La naturaleza brinda diversos paisajes y curiosidades para ser fotografiados; si desea tomar fotos a personas de la comunidad podrá hacerlo con la debida autorización.
- 4) Si usted participa en las curaciones con plantas u otros recursos del bosque, por favor, cumpla las normas establecidas para este efecto.
- 5) Debido a que deseamos conservar la integridad de nuestra forma de vida, no se permite a los visitantes permanecer en las instalaciones o en la comunidad más allá de lo acordado.
- 6) Evite el contacto íntimo con el guía o miembros de la comunidad, pues ello afectaría la moral y tradiciones culturales comunitarias.

Adicionalmente, cabe destacar que en el ámbito internacional Ricancie figura entre los 100 mejores proyectos sustentables del mundo (Expo 2000 Hannover, Alemania) y se le ha otorgado una mención en la revista Conde Nast Traveller de Estados Unidos, publicada en junio de 1999.

iv) Dificultades

Una de las mayores limitaciones que se ha presentado para el desarrollo de la actividad es el marco legal vigente que norma la actividad turística, pues ésta no reconoce la especificidad del turismo comunitario, exigiendo que nos convirtamos en una empresa. Esta se sustenta en el individualismo y el máximo lucro económico, valores incompatibles con nuestra actividad turística comunitaria; su aceptación generaría conflictos sociales y culturales. Nuestra demanda a las autori-

dades gubernamentales, al Ministerio de Turismo en particular, ha sido y es el reconocimiento legal de la peculiaridad que conlleva el turismo comunitario, especialmente indígena.

v) Participación y género

En las comunidades hay una participación del 50% por parte de las mujeres en las actividades turísticas (en su mayoría entre los 19 y 45 años), principalmente, en la preparación de alimentos para los turistas. Además, las mujeres entre 50 y 65 años se incorporan a las tareas de reactivación cultural mediante el trabajo artesanal, curaciones con plantas medicinales y recuperación de la tradición oral.

Los hombres realizan las actividades de administración, guía, transporte en canoas o son portadores, músicos, etc. En algunas comunidades, las mujeres van participando poco a poco en la administración. La construcción de cabañas y adecuación de senderos se realizan en base al trabajo comunitario.

vi) Distribución de beneficios

La forma de distribución del ingreso es determinada por cada comunidad. En una, por ejemplo, se resolvió que todo el trabajo se realizara en base al trabajo comunitario, pero una vez que se reúne el dinero por el ingreso de turistas, Este se repartirá equitativamente entre todos los miembros. El resto de comunidades distribuye los beneficios de la siguiente manera: 15% para educación, 15% para salud, 20% para depreciación de los activos, 15% para créditos, 5% para la caja mortuoria, 10% para comisiones, 10% para fondo de capitalización de la empresa comunitaria y 10% para emergencias.

Conclusión

En síntesis, el proyecto ha permitido autogestionar nuestro desarrollo, crear fuentes de trabajo,

controlar la migración de los jóvenes, cuidar y preservar de mejor manera nuestro medio ambiente, de dónde provienen los alimentos para la familia, los insumos para las artesanías y la construcción, así como para los productos fitomédicos y purificadores de nuestro espíritu. Además, estamos demostrando a la sociedad y al Estado que se puede vivir no sólo del petróleo sino también del ecoturismo comunitario y sostenible.

3. Turismo comunitario en Pungohuayco Kichwa Llakta

Lola Criollo, dirigente comunitaria

Kichwa Llakta es una experiencia de turismo alternativo gestionada por las comunidades Kichwa Carankis de la parroquia La Esperanza, localizada en la provincia de Imbabura.

i) Objetivos

- 1) Revitalizar la cultura kichwa karanki.
- 2) Impulsar la equidad de género, mediante el empoderamiento de las mujeres a cargo del proyecto y la activa participación familiar.
- 3) Abrir nuevas opciones de trabajo y producción para las familias de las comunidades de San Clemente y Punkuwuaycu, asentadas a 2,800 de altitud, al pie del monte Imbabura.

ii) ¿Qué se ofrece al turista?

- Convivir y compartir la vida, las costumbres y la cultura con familias kichwas al pie del Imbabura.
- Conocer el enfoque de la cotidianeidad de los kichwa karanki, participando en el trabajo comunitario y prácticas productivas agrícolas y artesanales.
- Vivenciar las fiestas y ceremonias: inti raymi, huasipichay, huah huañui, alma pukllay, donde se recrean los mitos y tradiciones comunitarias.
- Disfrutar los paisajes que ofrece la región: Caldera del Diablo, Monte Imbabura, Laguna

del Cubilche, La Rinconada, San Pablo, Cunro y Gallo Rumi.

- Aventura: paseos y caminatas, ascensión al Imbabura, estancia en un pequeño refugio de montaña a 3,400 metros, recorrido a caballo o en bicicleta montañera.
- Aprender en la práctica bordado, tallado y cerámica en los talleres de la comunidad.
- Aprender a expresarse en quechua y visitar las escuelas interculturales, en donde los niños indígenas afirman su cultura.
- Llevar recuerdos de la experiencia al regresar a casa.
- Adquirir artesanías de la comunidad como bordados, tallados en madera, alfarería y artículos en cuero.

iii) Características del servicio

La empresa comunitaria de pequeña escala, tiene capacidad para atender 20 personas a la vez, con hospedaje, alimentación y un paquete turístico completo de dos a tres días. Incluso se pueden organizar estadías más prolongadas de semanas o meses, de acuerdo al gusto de los clientes. Se ha optado por recrear la práctica comunitaria y organizativa en la planificación, seguimiento y evaluación de las actividades turísticas para garantizar el sostenimiento del servicio.

iv) Principales potencialidades del turismo comunitario

- Fomenta la equidad intercultural; se fortalece la actividad comunitaria y familiar, siempre que se mantenga en las familias un buen nivel de formación político organizativo y social, así como un compromiso con el servicio a la comunidad y la búsqueda de la equidad intercultural.
- Fomenta la autogestión si se aprovechan las oportunidades de emprendimiento que ofrecen las instituciones y, siempre que se constituyan empresas con recursos económicos y humanos propios.

- Fomenta la equidad de género; si proporciona protagonismo a las mujeres, capacitación y trabajo a los jóvenes.
- Genera actividad comercial para los pequeños negocios en las comunidades, si se desarrollan relaciones asociativas o alianzas con ellos.
- Potencia la autoestima de las personas de la comunidad, si se facilita el contacto y relacionamiento con turistas o personas de formación humanística superior.
- Se eleva la autoestima de la comunidad porque el trato de los turistas es más igualitario, respetuoso y solidario que el trato de la población local.
- La presencia de turistas ayuda a abrir la mente, a aceptar otras formas de pensar, y ver la realidad, proporcionando nuevos conocimientos.
- A través de los turistas se tejen relaciones de solidaridad y se concretan alianzas con organizaciones, empresas sociales y comunitarias, a nivel local, nacional e internacional.
- Como negocio hay posibilidades de crecimiento: la experiencia muestra que hay una demanda de turismo alternativo en el mercado internacional; hay turistas que prefieren acercarse al mundo indígena de manera humana y solidaria.
- Si la oferta es adecuada a su expectativa, los clientes satisfechos regresan y promocionan el servicio.

v) Oportunidades

- Disponibilidad de las agencias de viaje para coordinar con las empresas comunitarias.
- Oportunidades para celebrar convenios de apoyo técnico y obtención de recursos con las instituciones públicas y privadas (Ministerio de Turismo, Universidad Católica, Corporación Financiera Nacional y Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio).
- Actitud receptiva de organizaciones, empresas sociales comunitarias a nivel local, nacional e internacional.
- Posibilidad de establecer alianzas y realizar valiosos intercambios de experiencias.

- Oferta de capacitación por parte de instituciones y personas especializadas en turismo.
- Comprensión y espíritu de apoyo de las familias en las comunidades, de los artesanos y microempresas proveedoras.

vi) Amenazas

- Competencia desigual y actitudes aprovechadoras que no generan confianza.
- Experiencias previas de intentos de manipulación.
- Incumplimiento institucional, lentitud burocrática y desorden en las actividades.
- Pérdida de tiempo, recursos y disposición a colaborar con las instituciones.
- Intentos de control externo, sin conocimiento de la realidad y sin voluntad de escuchar.
- Reacciones de descalificación de las instituciones que no aceptan las iniciativas propias.
- Práctica del paternalismo, subestimación y manipulación de ONG, organismos públicos y privados.
- Oposición y falta de colaboración por parte de personas de la misma zona (difusión de rumores falsos, tergiversación de la información).

vii) Desafíos

- Lograr una actividad económicamente solvente y competitiva, con identidad propia.
- Conocimiento a fondo de la actividad del turismo: mercados, redes de relaciones, leyes, instituciones de apoyo, organizaciones de protección.
- Alcanzar el fortalecimiento interno para afirmar las propias maneras de hacer y organizar el negocio (todavía se observa la sumisión a los asesores, imitación a lo que hacen otras empresas).
- Aprender otros idiomas para ampliar la comunicación con los clientes (inglés, francés).
- Aprender técnicas de desarrollo institucional para atender oportunamente las necesidades de crecimiento.

- Aprender técnicas de administración empresarial, para aplicarlas en la gestión del turismo comunitario.
- Recrear métodos participativos en la toma de decisiones y en las relaciones asociativas.
- Mantener e impulsar el crecimiento sostenido del negocio.
- Fomentar relaciones asociativas con empresas complementarias (proveedores de distintos servicios).
- Afirmar la equidad de género mediante el empoderamiento de las mujeres, confiándoles responsabilidades cada vez más exigentes.
- Compartir responsabilidades entre hombres y mujeres aliviando la actual sobrecarga que existe en las mujeres.

4. Ecoturismo en la Comunidad de Salinas, provincia de Bolívar

William Ramírez, coordinador FUNORASAL

La Parroquia de Salinas, ubicada en la provincia de Bolívar, se asienta en la cordillera occidental de los Andes, en una altitud que fluctúa entre los 3,500 y 4,200 metros sobre el nivel del mar. En la actualidad, la comunidad está conformada por 30 organizaciones de base que tienen a su cargo la ejecución de los proyectos y la disposición de los correspondientes beneficios de su trabajo.

Nuestra experiencia en proyectos de desarrollo comunitario arranca hace más o menos treinta años, cuando la comunidad instaló una quesería

rural que hoy tiene un producto con calidad de exportación. Posteriormente, se fueron implementando varios proyectos con un éxito análogo, diversificando los productos agroindustriales y también nuevas líneas de producción tales como artesanía, reciclaje de desechos y turismo.

En el área de turismo, que se ha emprendido de manera autogestionaria, la oferta está compuesta por varios atractivos entre los que se cuenta el montañismo, ciclismo, cabalgatas, caminatas; en su conjunto podría catalogárselos como turismo ecológico. Por otra parte, se está incursionando en la investigación y rescate de nuestro acervo cultural para ampliar la oferta turística en este campo.

El contingente laboral más importante que se encuentra a cargo de los proyectos turísticos corresponde al grupo de los jóvenes, al que se le ha posibilitado una fuente de trabajo y, consecuentemente, se ha neutralizado su migración hacia las grandes urbes o el exterior, como está aconteciendo en todo el país.

Nuestra actividad turística tiene buenas perspectivas de desarrollo tanto por el hecho de complementarse con el resto de la gestión productiva de la comunidad, como también por contar con una importante demanda proveniente de dicha gestión. Sin embargo, una de las grandes limitaciones de nuestros proyectos turísticos consiste en el aislamiento y la relegación que padece nuestra región y la provincia de Bolívar en su conjunto.

IV. EXPERIENCIAS DE OTROS ACTORES TURISTICOS

1. Experiencia participativa del municipio de Cotacachi

Edwin Echeverría, municipalidad de Cotacachi

Para enfrentar los agudos problemas de carácter socioeconómico, los ciudadanos de Cotacachi emprendimos, en 1996, un proceso de participación ciudadana, mediante la celebración de una asamblea cantonal. A la misma fueron convocados y, previamente motivados, todos los sectores y actores del cantón para que movilicen su potencial en la solución de los problemas identificados. A pesar de la dispersión geográfica poblacional, la iniciativa fue asumida por todos, para concretar una férrea unidad y abordar creativamente el futuro, planificando acciones tendientes a alcanzar los objetivos deseados.

Así nació en 1977 la Asamblea Cantonal, con vida jurídica mediante Ordenanza Municipal. Esta instancia cuenta con un cuerpo directivo, denominado Consejo de Desarrollo y Gestión, conformado por 17 personas en representación de todas las organizaciones del cantón. Está complementado con varios comités especializados en producción, turismo, educación, salud, gestión ambiental y modernización del municipio.

El Comité de Turismo, integrado por una directiva en la que participan todos los actores, ha preparado el Plan Operativo Anual, que constituye un componente del Plan Maestro. Dicho Plan Sectorial contiene una propuesta de turismo cantonal sostenible, con la cual queremos llegar a logros muy concretos, gestionados por todos los ciudadanos. Importantes actores de este Comité han sido los integrantes de la pequeña y mediana empresa, pues hemos comprendido el reto que conlleva la globalización de la economía y la modernización de la sociedad.

Dentro del Plan Operativo de Turismo se prioriza la zona subtropical de Intag, con seis parroquias. Para el efecto, se ha iniciado la elaboración del respectivo Plan de Desarrollo Parroquial como parte del Plan Cantonal. De esta manera, toda la ciudadanía está bien informada y es consciente de qué queremos hacer y adónde queremos llegar.

El proyecto de turismo sostenible del Cantón contempla la descentralización, antes de que se firme su aceptación y se lo ejecute. Se han diseñado estrategias y mecanismos para asumirla y potenciarla. Uno de los componentes es la parte legal, plasmada en la Ordenanza de Turismo Sustentable, que crea el marco para el desenvolvimiento de todas las actividades de turismo, bajo el concepto de “Cantón Ecológico”, aplicando la Ley de Turismo Nacional. Para el efecto hemos combinado acciones con la Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo (ASEC), que nos ha brindado un gran respaldo técnico.

Otro componente importante es el fortalecimiento institucional, que comprende la capacitación a los directivos y a las personas que están trabajando en actividades vinculadas al turismo. Hace poco acabamos de concluir un curso para guías nativos. La capacitación se centró en el tema de la hospitalidad.

Tenemos mas temas a desarrollar, entre ellos, la actualización de inventarios de los productos turísticos potenciales. Además se ha iniciado un proyecto piloto en al zona de Intag, denominado “Turismo y Salud”, que cuenta con el apoyo del Gobierno de Cuba y la ASEC. En la parte urbana del cantón, se emprenderá la instalación de un centro de convenciones, para satisfacer varios requerimientos como el desarrollo de cursos de capacitación, alojamiento y otros servicios.

En síntesis, estamos trabajando activamente y conjuntamente para el fortalecimiento y la consolidación de las instituciones fundadas por la ciudadanía. Cabe mencionar que nuestro gobierno municipal fue estimulado con un reconocimiento a nivel mundial, en razón del proceso participativo que viene impulsando y de los primeros logros obtenidos.

2. Experiencia de una operadora en ecoturismo

Sofía Darquea, Gerenta General TROPIC

i) Información general

Nuestra entidad, *Tropical Ecological Adventures* (Tropic), es una empresa operadora de ecoturismo, fundada en 1994 y pionera en su campo. Combina el turismo de naturaleza con el trabajo ambientalista comprometido con la conservación y uso sustentable de las áreas naturales y, el respeto a las culturas indígenas.

Tropic ofrece los siguientes servicios:

- Venta de paquetes turísticos, principalmente en la amazonia y Galápagos.
- Venta de boletos aéreos nacionales e internacionales.
- Venta de servicios turísticos adicionales.
- Provisión de información general y turística del Ecuador.
- Producción y coordinación de exteriores para cine y televisión.

Tropic logró establecer una relación cercana con los huaorani y pudo desarrollar un programa de ecoturismo comunitario, que se ejecuta bajo el completo control étnico y la guía de la empresa operadora. La operación ecoturística, que integra los grupos huaorani de Queberiuño y huantaro, se inició aproximadamente en 1995 como resultado de un vínculo de tipo casual entre el dueño de la agencia y Moy Enomenga, líder de la comunidad

de Queberiuño. Llegaron a concordar en la idea de ingresar turistas a dicha localidad como alternativa económica para sus miembros dedicados hasta ese momento casi exclusivamente a trabajar para las petroleras o en la extracción de madera.

Aunque inicialmente se operó casi sin planificación la actividad resultó exitosa, pues logró satisfacer la demanda a pesar de las incomodidades de viajar a un lugar que contaba con escasísima o ninguna infraestructura. Tanto así que, en 1997, Tropic obtuvo un premio internacional auspiciado por una ONG alemana, precisamente por el vínculo logrado con la comunidad Huaorani y por varios otros criterios, a los que también se sometieron los 22 países participantes, algunos de los cuales intervinieron con dos proyectos.

Uno de los parámetros fundamentales para otorgar el premio fue la demostración y comprobación del beneficio brindado a la comunidad y, no sólo a un grupo o una familia, menos aún a individuos particulares. También se consideraron: la distribución del beneficio para la comunidad y entre los miembros de la misma, bajo el criterio de equidad, grado y calidad de participación en las decisiones; la conducta de los turistas respecto a las normas establecidas por la comunidad; las acciones de conservación; el manejo del bosque; la gestión frente a la práctica negativa de las petroleras; el tratamiento de los desechos; y, en conjunto, al grado de sustentabilidad del proyecto.

ii) Conceptos y políticas de trabajo

Con base en esta experiencia, Tropic ha adoptado los siguientes conceptos y políticas para que una operación turística con comunidades sea realmente exitosa y beneficiosa:

- Las comunidades locales deben ser beneficiadas directamente por los nuevos proyectos o por los proyectos que ya estén en funcionamiento.
- Los proyectos de marketing deben basarse en la sustentabilidad, beneficiar a toda la comuni-

dad y no parcialmente a grupos o individuos, que es lo que está sucediendo en muchos casos, tanto con los Huaorani como con otras comunidades.

- Para beneficiar y promover la comercialización turística responsable, se requiere de un cambio de concepción y perspectivas de las operadoras, para que su acción no se reduzca al beneficio económico privado y posibilite igual beneficio a las comunidades.
- Los proyectos socialmente responsables deben afrontar los problemas que se presenten sobre derechos humanos, conflictos por el uso de tierras, destrucción del medio ambiente, la explotación petrolera y maderera incontroladas, entre otros.
- Los proyectos deben enfocarse a reducir, al mínimo, el impacto ambiental y cultural.

iii) Medidas operacionales

Las medidas que se pueden adoptar para alcanzar un desarrollo social y ecológicamente responsable serían:

- Auspiciar y aplicar la conservación cultural y natural a través del turismo, en virtud de constituir la esencia del atractivo, tanto porque los turistas, ahora más que antes, demandan la existencia de comunidades y sitios naturales que estén protegidos.
- Impulsar y respetar la participación y colaboración comunitarias como esenciales para la promoción, desarrollo y creación de nuevos proyectos y políticas turísticas. Una de las cosas que hemos aprendido a través de estos años es que, definitivamente, la decisión de la operación y el desarrollo de un proyecto ecoturístico no depende sólo de la operadora. Como toda empresa, ésta busca réditos económicos, pero no podrá lograrlos sin la adecuada participación de la comunidad, que debe conocer qué es lo que va a ganar a través de la operación, para tener la capacidad de decidir si quiere o no operar y cómo quiere hacerlo.

Seguramente ustedes tienen la misma experiencia que nosotros o quizás nosotros un poco más como operadores. Muchas comunidades se nos han acercado y han dicho “ustedes tienen la experiencia, nosotros tenemos el sitio, queremos operar y operar ya, tenemos cabañas y queremos recibir turistas”. Pero la cosa no es tan sencilla, es mucho más complicada.

Si es que no existe una decisión de parte de la comunidad, de cómo lo van a hacer, quiénes están dispuestos a hacerlo, eso significa mucho esfuerzo, sacrificio y responsabilidad; la operadora en sí, o la empresa privada, poco pueden hacer en ese plano. Quizá, al principio, la experiencia sí funcione; quizá los primeros turistas puedan llegar a una comunidad y aceptar algunas falencias en la operación, porque es un proyecto que está comenzando. Empero, a lo largo del tiempo, eso pesará mucho, y si la comunidad no toma la responsabilidad de la operación y si el cliente no queda realmente satisfecho con los servicios que ha pagado, definitivamente esa operación va a fracasar.

La experiencia que hemos tenido, básicamente en territorio Huaorani, ha sido así. En un principio hubo mucho éxito, mucha demanda, pero cuando las personas claves de la operadora, por una o por otra razón no estaban, no había nadie más en la comunidad que estuviera preparado para cumplir esa operación. Si la comunidad depende exclusivamente de la operadora, entonces van a presentarse problemas. Por ello, es la comunidad quien debe manejar el proyecto y conducir la operación; en este caso, a la empresa privada le corresponde comercializar el producto, para eso estamos.

Nosotros tenemos los vínculos y los medios necesarios: páginas web, recursos para elaborar folletos, agentes para establecer contactos internacionales, etc., somos eficaces vendiendo productos. Pero si toda la responsabilidad, tanto de la venta y la comercialización como la

operación recae sobre el operador, entonces posiblemente ningún proyecto tenga éxito. Es importante que las comunidades comprendan esto. Obviamente, todos estamos de acuerdo en que el turismo es una buena alternativa para sacar al país de donde está en estos momentos, pero se requiere de esfuerzo, dedicación y, sobre todo, de planificación.

Sabemos que el turismo no es la única opción, pero quizás sí una de las mejores a largo plazo; para ello se requiere trabajar globalmente, no sólo en lo que concierne a la calidad del servicio o de los productos que ofrecemos al cliente. En el caso del trabajo con comunidades, en particular cuando se encuentran alejadas como las de la amazonia, es muy difícil lograr una operación exitosa si no existen al mismo tiempo otros servicios complementarios, como para la comunicación. Si no existe una buena red de comunicación entre las comunidades, la empresa privada difícilmente puede lograr sus fines.

Por otra parte, ¿quién debe proveer la capacitación a las comunidades? De momento, en muchos casos, esa responsabilidad ha sido asumida por el operador, lo que significa que el producto, al final, le cueste mucho al turista porque obviamente tenemos que cargar esos costos al consumidor final. Si la capacitación final se lograra de una forma conjunta entre ONG y organizaciones con calificación para brindarla, las cosas se facilitarían muchísimo.

Otro aspecto delicado es el de la salud. Por ejemplo, en las comunidades Huaorani, el operador que está ingresando turistas, en ocasiones tiene el deber moral de ayudar a evacuar miembros de la comunidad que están enfermos. El ingreso de las avionetas también tiene un costo; la operadora tiene que asumirlo porque está trabajando con las comunidades que no reciben atención médica, cuyos miembros no gozan de buen estado de salud. Es difícil lograr una buena disposición para atender a los turistas.

iv) ¿Qué debemos cambiar?

Por los problemas económicos y sociales que afrontamos al momento y por la corrupción de los dirigentes políticos, el país no goza de una buena imagen internacional; eso es lo que debemos cambiar.

También se advierte carencia de financiamiento y apoyo a proyectos turísticos; no existen instituciones locales que otorguen financiamiento importante para establecer proyectos ecoturísticos. Generalmente se solicita a organismos o a ONG del exterior.

Las políticas gubernamentales que fomentan la explotación de los recursos naturales como soporte de la economía nacional (en el caso del territorio Huaorani, existe la amenaza de la explotación petrolera) son un factor que no manejamos. Los recursos que se pueden obtener de la explotación petrolera pesan más a la hora de las decisiones políticas que las operaciones ecoturísticas que no rinden mucho de inmediato pero sí a largo plazo.

Otro factor que evidencia debilidades es la falta de cooperación entre operadores. Existe una feroz competencia; quienes venden más barato utilizan el logo de ecoturismo, que aquí y en otras partes se identifica como turismo “mochilero” o turismo barato, deteriorando así la naturaleza del producto y su imagen.

Por experiencia propia puedo afirmar que nuestra operación en territorio Huaorani no es precisamente sustentable ni económica; es una operación que durante mucho tiempo representó pérdidas económicas, pero también muchas ganancias en cuanto a experiencia acumulada y aprendizaje para las futuras operaciones. Debe primar la parte ecológica y social frente a lo económico.

v) **Ecoturismo responsable y desarrollo comunitario**

En muchos casos, ecoturismo y comunidad son usados como herramientas de marketing y

comercialización en vez de constituir principios responsables para el turismo. Es allí donde cada comunidad puede hacer valer su producto, vigilando cómo están comercializándolo las operadoras y agencias con las que han contraído acuerdos. Por el momento, no existe un control ni supervisión para garantizar la operación de nuevos proyectos. Tampoco existe un sistema de certificación que garantice que los productos que están en el mercado son realmente ecoturísticos y que se están respetando los códigos y criterios acordados.

¿Qué es lo que podríamos hacer como operadores, como empresa privada en general? Podemos desarrollar acuerdos que satisfagan las necesidades de las comunidades locales. En muchos casos hemos errado en lo que podemos pagar a la comunidad calculando obviamente en cuánto podemos vender el producto. Quizá deberíamos plantearlo de la forma contraria, preguntándonos ¿qué es lo que necesita la comunidad? ¿cuánto es lo que necesita para satisfacer sus necesidades básicas? y a partir de allí, establecer el precio para el cliente. Es una percepción totalmente diferente a la usualmente aplicada.

La participación comunitaria es necesaria para el desarrollo de nuevas políticas de manejo. Es imperativo que la comunidad decida qué es lo que quiere hacer; cómo quiere manejar la actividad turística; cuántos pasajeros quiere recibir al año; a dónde quiere llevarlos; quiénes van a ser los cocineros, actuar de guías o ser los responsables de la operación en su conjunto. Obviamente, ello requiere de un acuerdo con la operadora.

Los operadores también debemos promover y seguir los principios del turismo sustentable, tanto en relación a los turistas como con la comunidad y el personal de la operadora. Las ONG y las operadoras debemos apoyar la conservación a través de programas de salud y educación, no necesariamente financiando, pero sí favoreciendo contactos, nexos y puentes duraderos, promo-

viendo acuerdos con ONG extranjeras o nacionales, etc. Es allí donde radica nuestra capacidad de gestión, facilitando accesos a la comunidad para que logre mejores niveles de educación, capacitación y salud.

Al Gobierno, por su parte, le corresponde crear un ambiente propicio para el desarrollo del turismo vinculado a la conservación. Un decidido apoyo en marketing y comercialización del producto, en particular, facilitando la conexión con el futuro operador y los proyectos. Uno de los aspectos más difíciles para los proyectos comunitarios es precisamente la venta de su producto, o sea, cómo conseguir turistas. Es un proceso muy largo y que requiere planificación, inversión y, sobre todo, constancia. En eso podemos apoyar, pues esa es nuestra tarea profesional.

Conclusión

El trabajo con las comunidades no es tan sencillo como a veces se lo presenta, es relativamente complejo por sus múltiples implicaciones. Como operadores estamos convencidos de que el turismo, y el turismo comunitario en particular, va a rendir muchos frutos a largo plazo y que podemos hacer un gran aporte al país. Estamos apostando a que el turismo en Ecuador va a funcionar bien, que es una excelente alternativa, pero que requiere planificación y de una labor metódica y organizada; deben generarse consensos entre todos los actores empeñados en participar en la actividad. Solamente así podemos situar a Ecuador en el nivel de otros países más avanzados, como Costa Rica, porque recursos naturales y culturales tenemos abundantes.

3. Estrategias para la participación comunitaria en ecoturismo

Diego Andrade, dirigente ASEC

En octubre del 2000, con el apoyo de la Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo (Asec), se ini-

ció un proceso que tuvo como resultado el “Reglamento de Ecoturismo” y la definición de un conjunto de estrategias y políticas para la participación comunitaria en ecoturismo, consensuadas en anteriores eventos de carácter nacional.

Los siguientes principios, de carácter de permanente, orientan las acciones en esta área:

- a) Promover mecanismos de concertación intersectorial que logren coordinar y armonizar los diversos intereses y acciones de los actores involucrados en el ecoturismo.
- b) Incorporar y reconocer la cosmovisión y la cultura de las comunidades locales en el desarrollo de productos ecoturísticos, en su forma de organización y manejo, en la planificación específica y en la promoción.
- c) Formular, sobre la base de una participación intersectorial y multidisciplinaria, los correspondientes planes estratégicos de desarrollo ecoturístico, donde se encuentren definidos los criterios de conservación de las áreas naturales, los modelos de participación de las comunidades locales, los niveles de responsabilidad de las personas naturales y jurídicas, ya sean públicas, privadas o comunitarias.
- d) Impulsar el desarrollo y elaboración de las herramientas administrativas necesarias para la eficiente gestión de las actividades calificadas como ecoturísticas en el territorio nacional.
- e) Impulsar el cumplimiento del Código Mundial de Ética en turismo y sus directrices para orientar el desarrollo de la actividad ecoturística.
- f) Establecer la zonificación del espacio turístico nacional, definiendo dentro de ellas las áreas de manejo ecoturístico.
- g) Promover la certificación de la oferta ecoturística nacional en áreas protegidas, con un compromiso de conservación de recursos y un sentido de responsabilidad social.
- h) Promover la conservación de los recursos naturales que son de importancia primordial para la supervivencia de las comunidades locales y la sustentación de las actividades ecoturísticas.

- i) Fomentar la reinversión de los beneficios económicos generados por el ecoturismo, en el manejo y control de las áreas naturales, y mejoramiento en la calidad de vida de las poblaciones locales.
- j) Fortalecer las capacidades de las comunidades locales en el establecimiento de mecanismos de manejo y conservación de los recursos naturales y fomento del turismo que se realiza en las áreas naturales.
- k) Promover la capacitación dirigida a los miembros de las comunidades locales en actividades calificadas como ecoturísticas, estableciendo en dicho proceso intercambio de conocimientos entre las comunidades y los demás actores de la actividad.

Adicionalmente, ASEC dio a conocer el Proyecto de Comercio Electrónico y Ecoturismo. Su objetivo es el fortalecimiento de las Pymes ecoturísticas a través del uso de las nuevas tecnologías de la información. Se propone igualmente producir información útil, en Canadá y Latinoamérica; fortalecer la capacitación de empresas en el área de comercio electrónico al servicio del ecoturismo; generar herramientas, como websites, para conocer lo que está pasando en el mundo de la comunicación y poder ingresar a él. Se trata de buscar, a través de la investigación y la capacitación, herramientas que permitan a las empresas de ecoturismo participar y beneficiarse con la globalización y el ALCA, pues el sector no está todavía preparado para asumir este reto.

4. Las Cámaras de Turismo y el ecoturismo

Guillermo Dávalos, Cámaras de Turismo de la Región Amazónica

A esta altura del seminario-taller, por cierto muy interesante, ya podemos comenzar a extraer las primeras conclusiones o, al menos, las primeras reflexiones sobre los temas que estamos tratando y que nos convocan e interesan a todos.

En primer lugar, dejamos constancia, en nombre de las Cámaras, de nuestro saludo a la iniciativa y a los organizadores del evento, pues la única forma de entendernos es precisamente a través del diálogo, del razonamiento compartido, identificando los aspectos que nos acercan y superando aquellos que nos distancian. Un amigo me decía que los ecuatorianos somos expertos en el desentendimiento y que es necesario que, al menos en el turismo ecológico, etnológico, vivencial o como quiera llamárselo, nos entendamos. Empujemos todos al país en la misma dirección; nuestros intereses sectoriales no deben dividirnos. Creo que la pelea no es aquí adentro, es afuera, por los mercados; necesitamos vender la imagen del país como un todo coherente y atractivo.

De una manera poco despectiva, las Cámaras son a menudo identificadas con el término de “empresarios”. Aquí en la amazonia no, pues los dueños de restaurantes, pensiones, hoteles y hosterías son gente de pueblo. Las Cámaras son gremios que agrupan a pequeños negocios, no hay negocios grandes y estamos trabajando por la misma causa. Abrimos las puertas a todos para que se afilien a esos gremios, para robustecerlos y ponerlos al servicio de quienes ejercemos esta noble actividad. En la región amazónica vivimos una democracia plena en este aspecto no hay el gran capitalista que explota o que quiere todo para sí. La gran mayoría de la población, quiere dejar de sufrir y ser un poco más feliz. Todavía tenemos la suerte de gozar de la bondad de la naturaleza, del clima, de la tranquilidad y de abundantes recursos naturales.

Hoy mas que nunca, nuestra actitud y acciones tienen que reflejarse en unidad, en torno a intereses comunes. La tarea que nos han encomendado en este seminario es difícil y delicada, pues estamos hablando de turismo ecológico y sostenible. Por lo menos tenemos dos tareas fundamentales: primero, hacer turismo sostenible es algo realmente difícil porque se maneja gente, se trata de satisfacer los anhelos de las personas; los turistas ex-

tranjeros suelen ser gente mucho más enterada que nosotros; y segundo, tenemos la responsabilidad de preservar los ecosistemas hoy y para las generaciones venideras.

Con estos compromisos no podemos correr el riesgo de mentir al turista, porque perdemos credibilidad y posibilidad de que el turista satisfecho nos haga publicidad y envíe nuevos clientes. Lo primero que tenemos que hacer es hablar y actuar con ética, con la verdad, construyendo una imagen atractiva del país.

Tratándose de turismo sostenible debemos preocuparnos de la naturaleza y de proteger los recursos que nos quedan. El hombre, depredador y destructor por naturaleza y de la naturaleza, todavía piensa que ésta es infinita. Hoy somos conscientes que no lo es, la naturaleza es finita; se nos están acabando los recursos porque contaminamos, poniendo así en peligro nuestra propia supervivencia. Estamos frente a una responsabilidad trascendente, pues, además de manejar convenientemente personas, tenemos que preocuparnos por no sortearnos la herencia de nuestros hijos y de nuestros nietos. Tenemos que vivir y la naturaleza está al servicio del hombre, pero el hombre debe tener reciprocidad con la naturaleza y responsabilidad con las futuras generaciones.

El concepto del seminario reza: “Turismo Sostenible Estado, Comunidad y Empresa”. Pero, de cuál Estado estamos hablando? Del Estado nacional, del Estado provincial, del Estado cantonal o local? Hoy vivimos en el país la novedad de la “descentralización”. Al respecto, tenemos que pedirle de la forma más comedida y respetuosa al Estado central, que al descentralizar, al pasar sus responsabilidades más cerca de nosotros, tenga sabiduría, prudencia y paciencia. Que primero capacite recursos humanos de manera adecuada y previa a la asunción de funciones, pues los que hacemos actividad turística, algo sabemos de turismo; pero las municipalidades y

los consejos provinciales ¿estarán preparados para ser nuestros asesores, para aconsejarnos, ayudarnos y guiarnos?

Es necesario que esos organismos se capaciten para que asuman la responsabilidad de saber más que nosotros, para que podamos acudir a ellos. Cuando vamos al Ministerio de Turismo, entendemos que son gente especializada, que puede absolver nuestras dudas y solventar nuestras consultas. Aquí, en nuestra realidad, habrá alcaldes y prefectos muy bien intencionados, lamentablemente otros no. No podemos correr el riesgo de que unos municipios sean solventes y otros no lo sean. Posiblemente, el Estado central tendrá que seguir conservando algunas responsabilidades.

El ámbito del seminario abarca también el concepto de “Comunidad” y acentúa la diferenciación entre comunidad blanco-mestiza y comunidad indígena. La verdad es que todos somos comunidad, todos somos pueblo, aquí no hay élites. Creo que el Estado central no debe dejar de ayudarnos; en cambio nosotros debemos ser receptivos para poder absorber las enseñanzas y para que el turismo sea exitoso y se convierta en un mecanismo real de mejora de nuestro nivel de vida, protegiendo la naturaleza.

El seminario enfoca y destaca el concepto de “empresa”. Las cámaras de turismo de las seis provincias de la amazonia ecuatoriana, organismos gremiales pequeños, que viven de las exiguas cuotas mensuales de sus afiliados, son organismos que no tienen recursos para desplegar una labor mucho más interesante. De todas maneras, estamos dispuestos a trabajar con el Ministerio de Turismo que tiene una apertura muy interesante. Dejo constancia expresa de las actitudes generosas y desprendidas del Ministerio, con el que hemos terminado el inventario de recursos y atractivos turísticos. Actualmente nos encontramos planificando una guía turística de toda la región amazónica; queremos que cada una de las seis provincias tenga su guía muy bien presentada.

En este matrimonio entre “el Estado, la Comunidad y la Empresa” tiene que haber equilibrio frente al mercado; si las cosas las hacemos bien habrá turistas suficientes para todos. Tenemos que prepararnos convenientemente para satisfacción del país y del turista. Por eso, solicitamos al Ministerio capacitación para el manejo de alimentos, una actividad muy delicada y fundamental para atender a los turistas que solicitan comida típica. En fin, sin perder nuestra identidad, adecuémonos a los requerimientos de los visitantes.

V. SERVICIOS EMPRESARIALES PARA EL ETNOTURISMO

Carlos Maldonado, experto OIT

Información, comunicación y capacitación de recursos humanos para el Turismo Sostenible.

Antecedentes

En el Seminario que tuvimos en Lima, se propuso crear Redturs, una red de información sobre turismo sostenible como apoyo a comunidades indígenas y municipalidades rurales y, tanto mejor, si esas municipalidades cuentan con alcaldes indígenas.

Luego de propuesta su creación, la gente estuvo tan entusiasmada que nos solicitó, después del seminario, quedarnos a reflexionar sobre lo que sería la red y desarrollar lo que había esbozado como propuesta. Tuvimos un primer producto del mismo seminario, un concepto de la red que voy a exponer respecto a cuál sería su misión, cuál su objetivo, sus estrategias de trabajo, sus miembros y los servicios que prestaría.

Este momento hemos dado dos pasos importantes. En primer lugar, hemos hecho partícipes de un primer borrador a más de cien instituciones y personas que se inscribieron en los días siguientes al seminario. Contactamos a la gente y nos dijeron que estaban de acuerdo con el texto central que es el vamos a presentar aquí.

En segundo lugar, internet es el canal de comunicación de Redturs y, obviamente, vamos a tener una página web para informar y comunicar todas las actividades y servicios de Redturs, y en este sentido, estamos por contratar consultores en Lima para que organicen y estructuren esta página que la tenemos prácticamente concebida y en un diseño inicial.

En tercer lugar, la capacitación. Actualmente es fuerte la necesidad de la capacitación a dos

niveles, tanto a nivel de empresa a las comunidades, como a nivel de los municipios, es decir, la relación entre municipio y comunidad es muy importante, porque como decíamos ayer un producto turístico que es, es un atractivo más, la posibilidad de acceso y una infraestructura turística en el entorno. Si bien las comunidades pueden tener el atractivo turístico, el acceso no depende de ellos, depende de los municipios y también del entorno; la infraestructura turística al situarse en las ciudades puede llenarse, complementar algunos vacíos que tiene la comunidad, especialmente en términos de comunicaciones y alojamiento. Estos son los tres aspectos que voy a desarrollar esta mañana y, en la segunda parte, señalaría las actividades que vendrían después, además de estas tres anotadas ya.

Bases conceptuales del turismo sostenible

Hay un aspecto filosófico y hay un espacio específico dentro de los procesos de desarrollo en los cuales quiere situarse Redturs. El turismo sostenible se fundamenta en los siguientes principios:

- Promueve un adecuado equilibrio de valores éticos, sociales y culturales, reconociendo los derechos de las comunidades y pueblos indígenas. Hacemos referencia a comunidades no solamente rurales, sino a comunidades indígenas por el compromiso que tiene la OIT de difundir y aplicar el Convenio número 169.
- Es sostenible en la gestión de los recursos ecológicos,
- Es económicamente eficiente y socialmente equitativo.

Estos aspectos no hacen sino reflejar las cuatro grandes dimensiones de la metodología que habíamos concebido para evaluar experiencias de turismo comunitario en Ecuador, Perú y Bolivia.

Dimensión económica: es eficiente, la dimensión social: es socialmente equitativa, la parte cultural: la valorización de las manifestaciones culturales y, en la parte del ambiente: la sostenibilidad de los recursos ecológicos.

Sin embargo, la parte ambiental no corresponde estrictamente al mandato de la OIT. Esta es parte de un todo, estamos yendo incluso más allá de la conservación y preservación, es decir una explotación racional pero con responsabilidad con las futuras generaciones.

Visión del turismo sostenible

Si se cumplen estos principios fundamentales y esas bases filosóficas, el turismo sostenible puede contribuir:

- Al entendimiento y a la paz permanente entre los pueblos que buscan un nuevo orden universal basado en la justicia social.
- A la preservación de los recursos naturales en su riqueza y diversidad.
- Al fortalecimiento de la identidad cultural de los pueblos que constituyen destinos turísticos.
- Al desarrollo económico y al mejoramiento de las condiciones de vida y trabajo de dichos pueblos.

En cuanto a la OIT, nosotros ponemos énfasis en la justicia social, ya que parte de ésta es el empleo, el trabajo. Por eso, cuando me referí al desarrollo económico y al mejoramiento de las condiciones de vida y de trabajo señalé que el nuevo paradigma de la OIT es el trabajo decente. No se trata simplemente de generar empleo sino de generar trabajo en condiciones decentes, porque como ustedes conocen ahora con la globalización, la tercerización, la descentralización de procesos productivos está realizándose bajo una desregulación del mercado de trabajo, es decir, las relaciones de trabajo están a expensas del mercado. Desafortunadamente, en muchos países de Latinoamérica, el Código de Trabajo ha

quedado desmantelado. Son las relaciones personales las que priman sobre las relaciones sociales que se mantenían antes entre la parte patronal y los sindicatos, lo que evidentemente ha redundado en el debilitamiento del movimiento de los trabajadores y sus posibilidades de negociación. Frente a esa situación podemos decir que la OIT ha contraatacado.

En el mundo laboral con este nuevo paradigma, generar empleo, implica generar empleo decente, no el empleo basura, en pésimas condiciones de salud e higiene, con salarios de miseria y sin protección social. Entonces, este paradigma también lo estamos incluyendo en la actividad del turismo sostenible.

Objetivos Específicos de Redturs

- Difundir a nivel nacional e internacional, experiencias de turismo sostenible que incluyan casos exitosos, fallidos o en proceso.
- Compilar, difundir y contribuir al diseño de marcos legales para el turismo sostenible considerando las dimensiones empresarial, ambiental, social y cultural.
- Capacitar a gobiernos locales y comunidades en el manejo de herramientas de planificación y gestión de turismo.
- Proponer y promover la aplicación de normas para la gestión del turismo a nivel local con participación de comunidades, municipalidades y organizaciones de base.
- Propiciar la certificación de turismo sostenible.
- Difundir el uso de tecnologías ecológicas.
- Impulsar el turismo ético entre las empresas nacionales e internacionales.

Agenda temática de Redturs

¿Cuál es nuestra agenda de trabajo en Redturs, a que nos queremos comprometer en un futuro inmediato en algo que consideramos fundamental, porque las comunidades nos han solicitado:

- Desarrollar programas de educación ambiental aplicados al turismo sostenible.
- Asistencia técnica y capacitación de recursos humanos para el desarrollo de las iniciativas locales con gobiernos municipales y comunidades indígenas.
- Inventario de recursos turísticos comunitarios y municipales, planes de desarrollo.
- Desarrollo de proyectos del sector privado con participación comunitaria.
- Monitoreo y evaluación de impactos socio ambientales de proyectos turísticos.
- Valorar las manifestaciones culturales que fortalezcan la identidad local y la autoafirmación de las personas y de las comunidades.

Sobre esto ya estamos dando algunos pasos en algunos países. Por ejemplo, en cuanto al inventario de recursos turísticos comunitarios y municipales; con 7 comunidades Yuracare y Yuracaris en la zona de Cochabamba de Bolivia, estamos aplicando esta metodología de la OIT. Se trata de una metodología inicial que está siendo probada y cuyos resultados se podrán disponer y difundir próximamente.

Las estrategias de trabajo de Redturs

Volvemos un poco a los objetivos de este seminario;

- La convocatoria a instituciones públicas, privadas y comunitarias comprometidas con el turismo sostenible es un trabajo a nivel nacional de todos los actores, sin exclusión.
- Realizar un directorio y un banco con datos de experiencias fallidas o experiencias exitosas o, de experiencias en curso. Justamente cuando se formó Redturs, a los cien primeros que se inscribieron, se les preguntó ¿qué es lo que necesitarían más a menudo? Lo primero que nos solicitaron fue información sobre proyectos y experiencias, posibilidades de conocer mercados y en tercer lugar, capacitación.

Más adelante veremos cómo podemos llenar estos requerimientos.

- Recopilación y difusión de la normativa relacionada con el turismo y el ambiente. Es decir, todo lo referente a marcos institucionales, legales y regulatorios se está compilando para revisión y consulta.
- Identificación de necesidades y oferta de capacitación. Incluso no sólo de capacitación a nivel de comunidades o de municipios, sino de capacitación a los Ministerios de Turismo para llenar algunos vacíos que puedan haber o para que se enriquezcan con las experiencias de otros países.
- Apoyo al diseño de políticas nacionales de turismo sostenible.
- Promoción de nuevos productos y circuitos turísticos.
- Apoyo al desarrollo empresarial de comunidades y gobiernos locales.
- Uso del correo electrónico e internet para difundir e intercambiar información y comercialización de destinos y productos turísticos.
- Participación en la elaboración y promoción de un código de ética de turismo.

¿Quiénes integran Redturs?

Redturs está conformada por instituciones públicas y privadas, teniendo como base los siguientes sectores:

- Las organizaciones comunitarias de los pueblos indígenas;
- Las municipalidades;
- La empresa privada que puede ser individual, una cámara, un grupo de empresas que están trabajando en una zona como la amazonia, etc.;
- La sociedad civil, es decir universidades, ONG, o líderes ciudadanos. Por ejemplo, de la sociedad civil, el caso de Bolivia, que va a operar la red mediante una alianza entre la Universidad Cordillera que tiene un Diplomado en Derecho Indígena y la ONG Diálogo. En esta medida estamos incorporando universidades y ONG

en el manejo de la red y no solamente para ser parte de la misma.

¿Cómo se organiza Redturs?

- Hay un grupo promotor en Lima, compuesto de la OIT, Interacción y Ecociudad, ONG que trabajan en medio ambiente y turismo y llevando adelante la Agenda 21 en Perú con algunas universidades.
- Se puede organizar también en redes nacionales o zonales. En Ecuador puede ser una red nacional, o también una red de comunidades indígenas de la amazonia, o de la sierra, etc.
- Grupos de trabajos temáticos. Se organizarán foros o seminarios sobre diversos temas que se propondrán en cuanto se inicien la capacitación, oportunidad en que éstos se analizarán a

la profundidad con quienes estén vinculados con la red.

- También pueden ser miembros de instituciones o miembros individuales.

Con esto concluimos la parte de Redturs y les comunicamos que esta funcionará a través de internet. Asimismo, tienen también una comunicación sobre la propuesta de elaboración de la página web para el turismo sostenible.

Se propone que el medio de comunicación sea la página web de Redturs, de tal manera que el acceso sea público. Aquí tenemos tres destinatarios, el viajero interesado en turismo sostenible, los municipios y las comunidades que son nuestro grupo objetivo, nuestros clientes a los cuales daremos estos servicios de información y contacto, e incluso de compra de servicios en línea.

VI. TRABAJO EN TALLERES

1. Orientaciones para los temas de trabajo grupal

Carlos Maldonado, experto OIT

Tema 1: Requerimientos institucionales y políticas para el desarrollo del turismo sostenible

Sobre este tema deberíamos tratar tres puntos. El primero, ¿cómo lograr una cooperación eficaz para la sostenibilidad del turismo entre las diferentes instituciones del sector público, privado, comunitario y las ONG? El segundo punto debe responder a la pregunta ¿qué responsabilidades y compromisos deberían asumir cada una de las mencionadas instituciones? No se precisarán actividades, pero sí se definirá un marco general de acción para cada uno de los actores, pues se trata de una responsabilidad compartida. En tercer lugar, debemos examinar ¿qué medidas de política pública requiere el desarrollo del turismo sostenible comunitario? El Estado no puede responsabilizarse de un producto turístico de la comunidad, pero sí puede crear condiciones para que éste prospere en un clima económico, normativo e institucional favorable: en materia fiscal, crediticia, capacitación, asistencia técnica, promoción y descentralización.

Tema 2: Planificación y gestión municipal del turismo sostenible

El menor número de inscritos en este grupo es sintomático por la falta de experiencia en este dominio; no hay una visión clara y quizás este seminario podría aportar elementos de reflexión y propuesta. Sabemos que el proceso de descentralización en el país es incipiente, se encuentra a nivel más de declaración de política que de realizaciones concretas. Para ello se pueden sugerir algunos temas, en los cuales he-

mos estado trabajando en otros países y que son cruciales para la planificación y gestión del turismo a nivel municipal.

Se proponen tres temas para la reflexión: ¿En qué medida y en qué condiciones el turismo puede ser un motor para el desarrollo económico local? En segundo lugar ¿por qué y cómo la municipalidad debe promover el turismo sostenible? Un tercer punto, más complejo y de carácter técnico, se refiere a la planificación y promoción turística municipal. Si decidimos que es necesario crear una Oficina Municipal de Turismo ¿qué tendríamos que hacer? En primer lugar, debemos identificar el potencial turístico y preguntarnos ¿qué recursos turísticos tenemos y qué uso podemos darles? En segundo lugar, ¿cómo aprovechar concretamente ese potencial turístico, convirtiendo los atractivos en productos turísticos y para qué segmento del mercado clientela? En tercer lugar, ¿cómo el municipio (la gente) y la municipalidad (las autoridades) pueden trabajar conjuntamente para incrementar el flujo turístico hacia la zona? Por último, ¿qué servicios debe brindar la municipalidad para promover y desarrollar el turismo sostenible? Si la comunidad tiene ya un producto turístico definido, podemos examinar cómo la municipalidad puede aportar su concurso.

Tema 3: Planes y proyectos de turismo sostenible con participación comunitaria

El primer punto concierne al turismo como actividad dinamizadora del desarrollo comunitario con identidad cultural. Es un tema de reflexión, un marco filosófico para la acción y una referencia para la planificación. El segundo punto se relaciona con ¿por qué y cómo la comunidad debe promover el turismo sostenible? Es posible que

algunos sostengan que la comunidad no debe participar en actividades turísticas. El tercer punto aborda el tema de la planificación comunitaria del turismo. Digamos que ello comprende los mismos elementos de la planificación municipal, pero a nivel micro y tiene los siguientes elementos: i) inventario y jerarquización de recursos turísticos y qué desea hacer la comunidad con ellos; ii) ¿cómo transformar esos recursos en productos turísticos y para qué tipo de turistas? iii) ¿qué puede hacer la comunidad para atraer o incrementar el flujo turístico hacia la misma? ¿cómo promover y comercializar nuestros productos turísticos?

Tema 4: Ambiente e interculturalidad en el turismo con comunidades indígenas

El primer punto a abordar es el turismo como actividad catalizadora o facilitadora de la gestión de la diversidad biológica en las tierras y territorios de las comunidades. En el segundo se abordará explícitamente los artículos del Convenio número 169, sobre ¿qué instancias y mecanismos deberían instituirse para salvaguardar el derecho de los pueblos indígenas a participar en la utilización, administración y conservación de los recursos naturales y, en general, del hábitat que ocupan o utilizan de alguna manera?

El tercer punto se refiere al turismo como actividad afianzadora de las relaciones interculturales entre comunidad, turistas y operadores turísticos: ¿Qué mecanismos deberían establecerse con miras a fortalecer la interculturalidad en el ámbito de las actividades turísticas? Entendemos por interculturalidad el diálogo, el intercambio y el enriquecimiento mutuo resultantes del encuentro entre miembros de diferentes culturas a través de múltiples formas de interrelación, en un marco de respeto mutuo.

Temas 5 al 8: ¿Qué hacer? y ¿Cómo hacer?

Tema 5: Diseño y desarrollo de productos turísticos a nivel comunitario

Tema 6: Segmentos de mercado y marketing para productos turísticos comunitarios

Tema 7: Gestión empresarial para el desarrollo del turismo sostenible

Tema 8: Recursos humanos para el turismo sostenible en el ámbito comunitario

Habida cuenta que estos temas son de gran interés metodológico y práctico para las comunidades, el trabajo en grupo abordará únicamente dos preguntas referidas a ¿qué hacer? y ¿cómo hacer? procurando que sus respuestas sean muy concretas y operativas.

- El ámbito del interrogante *¿qué hacer?* comprende: políticas, procesos, proyectos, actividades y servicios;
- Al ámbito del interrogante *¿cómo hacer?* le competen: estrategias, métodos, instrumentos y recursos.

2. Resultados del trabajo en talleres

Tema 1: Requerimientos institucionales y políticas para el desarrollo del turismo sostenible

Para lograr una cooperación eficaz entre las diferentes instituciones privadas, públicas, comunidades y ONG, nos planteamos que primero debemos definir claramente a los actores. Se dio una discusión previa sobre si las comunidades están dentro del sector privado; las comunidades piensan que sería otro tipo de régimen empresarial. Es necesario diferenciarla de la pública y la privada, definiendo una nueva categoría, pues la comunidad tiene otro carácter, que puede ser asociado a pueblo y nación.

Por otro lado, hacen parte del sector público el Gobierno central, los gobiernos seccionales, instituciones como el ECORAE, el PRODEPINE, el CODEMPE que, de una u otra forma, se

vinculan con el proceso turístico. Además, tenemos las empresas privadas, las empresas comunitarias y las ONG. También hemos considerado a los organismos internacionales como la OIT, el Banco Mundial, etc., que brindan apoyo en este tipo de temas.

En segundo lugar, se destacó la necesidad de la concientización y motivación de los actores para crear confianza mutua y actuar con transparencia. Entonces podemos definir a dónde queremos llegar, con quiénes y qué queremos lograr. Ello puede conseguirse a través de talleres locales y regionales, sectoriales e intersectoriales, con cada uno de los actores. Por nuestra parte, las comunidades hemos planteado realizar talleres regionales en la costa, la sierra y el oriente, donde vamos a llegar hasta las bases, entre otras cosas, para conocer la Ley y elaborar una agenda común. Esto también deben hacerlo las empresas privadas y todas las instancias que van a tener incidencia en el proceso turístico.

Luego, en la definición de objetivos, compromisos y obligaciones de los actores, advertimos que debe existir una oficina de coordinación interministerial con todas las instancias públicas, para que éstas se involucren, cada una en su campo y elaboren una agenda pública de fomento del sector turístico. Entre los compromisos del Ministerio de Turismo estaría facilitar el turismo sostenible apoyando activamente los procesos de certificación. Los actores privados y comunitarios tendremos que asumir obligaciones y compromisos compartidos frente al fortalecimiento cultural, como parte de un producto turístico, a la calidad del producto y del hábitat donde se desarrolla el turismo. Además, el punto importante aquí es la seguridad; si no hacemos algo para dar seguridad a los turistas vamos a salir afectados.

En el establecimiento de un marco legal, debe promulgarse una ley motivadora, no punitiva ni sancionadora, con claros incentivos fiscales. Esta ley tiene que hacer referencia al Convenio número

169 de la OIT, a la Constitución, a los derechos colectivos, al Convenio de la Biodiversidad, a la Declaración de la UNESCO sobre patrimonio cultural y natural.

Tema 2: Planificación y gestión municipal del turismo sostenible

Estimamos que la planificación estratégica debe tener el máximo de participación de todos los actores interesados: sectores empresariales y sociales, comunidades, organizaciones, movimientos, poder local y regional. Se precisa una real participación tanto en la planificación como en el seguimiento y evaluación en todo el proceso de toma de decisiones. Que la participación no sea secundaria sino estratégica, en el sentido de que se tome en cuenta los lugares con contenidos históricos y culturales para la planificación, pero dentro de una propuesta de desarrollo integral en la que participen los niveles provincial y cantonal, pero también las parroquias y las comunidades.

La planificación debe partir de algunos principios que están dentro del desarrollo sostenible, como el de interculturalidad, de armonía entre el cosmos, el hombre y la naturaleza. Es importante tener en cuenta el diagnóstico, el inventario de recursos; si no conocemos lo que tenemos y lo que somos, muy difícilmente vamos a lograr lo que queremos. Esta área de investigación, por lo tanto, es crucial.

Para nosotros, pueblos y nacionalidades indígenas, resulta vital que se tome en cuenta en la planificación el reordenamiento y circunscripción territorial de los pueblos y nacionalidades autóctonas. Estamos planteándolo en el marco de los procesos de autonomía y auto-determinación en todas las áreas. La socialización, las costumbres, los hábitos, la cultura misma de cada uno de los pueblos y nacionalidades no son homogéneas y ello debe tenerse en cuenta en la planificación.

Otro elemento destacable es el fortalecimiento institucional, enfatizando el establecimiento de un marco legal adecuado (ordenanzas municipales) y la capacitación de recursos humanos especializados, de profesionales competentes. Las relaciones interinstitucionales deben desarrollarse conjuntamente con una política comunicacional y de información para socializar con todos los sectores sobre lo que se está haciendo, cómo y para qué se lo está haciendo.

Finalmente, creemos en la capacidad de gestión que debería existir en cada uno de los actores, niveles e instituciones en su conjunto, particularmente para el manejo de los recursos naturales, técnicos y humanos. Pensamos que todo esto es posible. A partir del ejemplo de Cotacachi debemos propender a la participación de todos en una instancia que podría ser el Consejo de Coordinación del Turismo Local, que estaría integrado por todos los actores: sociedad civil, comunidades y organizaciones indígenas, grupos sociales, Ministerio de Turismo y empresa privada para viabilizar todos estos planteamientos que estamos haciendo acá. Esta figura debe institucionalizarse tanto en el nivel de los Consejos Provinciales como en el de los Municipios, creándose políticas cantonales y provinciales para la gestión descentralizada del turismo en el país.

Tema 3: Planes y proyectos de turismo sostenible con participación comunitaria

Hemos desarrollado un marco lógico en el que hemos detallado los objetivos, actividades y medios de ejecución, así como los supuestos y limitaciones que podrían tener. Bajo estos parámetros consideramos al turismo como actividad dinamizadora del desarrollo económico local con identidad cultural. Entre los objetivos principales hemos definido, la capacitación de la comunidad en materia de turismo, y el significado de éste como un medio para mejorar la situación económica de la comunidad y de los actores sociales.

Otro objetivo es comprometer a los actores sociales internos y externos, manteniendo y fortaleciendo la cultura y la organización de la comunidad. Como medios de ejecución definimos la capacitación y la información. Necesitamos también contar con perfiles de proyectos, convenios, planes operativos y de investigación, recurriendo para ello, a personal capacitado de la comunidad o de fuera, para robustecer permanentemente nuestro conocimiento de la realidad de una manera más técnica y científica.

Como dificultades o limitaciones tenemos las actividades de las empresas petroleras, que están en nuestras zonas de desarrollo turístico. Algunos miembros de las comunidades prefieren incluso trabajar para éstas empresas, más que en un proyecto turístico, sin percatarse de que el petróleo se agotará mientras que el turismo es sustentable.

Una segunda pregunta directriz abordada fue ¿por qué y cómo la comunidad debe y puede promover el turismo sustentable? Hemos visto que en diferentes comunidades el turismo ha sido una fuente generadora de ingresos y trabajo; su participación tiene que ser integral y directa con los diferentes actores, organismos locales y ONG.

Entre los medios de ejecución tenemos los estudios, diseños y planes que deberían ser realizados por especialistas en turismo. Otro de los objetivos es que la actividad cuente con leyes y reglamentos acordes con las necesidades reales de las comunidades donde existe el potencial turístico, todo en armonía con el Convenio número 169.

Otra actividad ineludible es la planificación del turismo comunitario, para lo cual necesitamos contar con un inventario y jerarquización de los recursos naturales, con la participación directa de los actores de la actividad. Asimismo, será necesario actualizar y mejorar la información sobre dicho inventario de la zona y de la comunidad en particular. Para ello, debemos contar con planes de manejo, de estudios técnicos e investigaciones objetivas,

proyectos de corto, mediano y largo plazos, perfiles de factibilidad y planes de capacitación.

Como limitaciones señalamos la falta de recursos económicos, técnicos y capacidad de gestión de los directivos. Por ejemplo, para conseguir recursos que sí hemos visto en otras partes. La inestabilidad política, social y económica del país desalienta el turismo.

¿Cómo transformar los atractivos turísticos en productos turísticos? Convenimos que para ello es necesario dotar de los servicios básicos e infraestructura al entorno del atractivo turístico; mejorar la calidad de los servicios ofertados, que debe ser óptima, fundamentalmente gracias a una permanente capacitación.

¿Cómo incrementar el flujo turístico hacia las comunidades? Planteamos elaborar paquetes turísticos diferenciados para que los turistas tengan la opción de escoger lo que convenga mejor a sus intereses. Debemos brindarles seguridad, buen trato y garantía de que los servicios turísticos son aquellos que se les ofreció. La capacitación es esencial.

¿Cómo promover los recursos turísticos de la comunidad? Estimamos importante la información creando centros o redes; participar en ferias y exposiciones nacionales e internacionales; hacer uso de revistas y publicaciones especializadas, fotografías y vídeos, así como establecer relaciones de intercambio, acuerdos y convenios de cooperación.

Tema 4: Ambiente e interculturalidad en el turismo con comunidades indígenas

La primera reflexión la realizamos sobre ¿cómo el turismo sostenible puede ser una actividad de apoyo a la gestión de la biodiversidad en territorios indígenas? Anotamos que es indispensable elaborar un plan de manejo integral de turismo, que debe comprender cuatro ejes fundamentales: ambiental, cultural, social y económico.

En el tema ambiental, debemos medir la carga turística, entendiendo por ella el límite tolerable que tiene el medio ambiente. Por ejemplo, un río puede soportar tantas lanchas a motor para no contaminarse, entonces es necesario conocer esto para reglamentar su número y cantidad.

El establecimiento de normas y leyes internas comunitarias respetando las existentes, como el saber ancestral y el medio ambiente. En esta materia, consideramos necesaria la educación al turista sobre el impacto de su comportamiento en el medioambiente, la cultural y la organización de la comunidad. Ejemplo: Llegan estudiantes universitarios y suponemos que tienen conocimiento de cómo comportarse en un lugar turístico, pero lamentablemente no es así; por lo que se les indicó que la basura que arrojaran deberán recogerla con ellos, así les estamos dando una educación ambiental.

La segunda pregunta se relaciona con el turismo como actividad afianzadora de las relaciones interculturales entre comunidad, turistas y operadoras, obviamente dentro del respeto mutuo. Las normas y reglas de la comunidad deben ser conocidas con anterioridad por los turistas y operadores. Para el intercambio de conocimientos y de experiencias, debemos propiciar la participación del turista en la vida social de la comunidad, mediante actividades armónicas. Para ello, será entonces necesario aprender, en lo posible, varios idiomas para mejorar los niveles de comunicación.

La tercera pregunta atañe a los mecanismos que deberían instituirse para salvaguardar el derecho de los pueblos indígenas a participar en el uso y conservación de los recursos naturales. Al respecto, la respuesta es: cumplimiento y aplicación de la Constitución nacional, de las leyes internacionales, como el Convenio número 169 de la OIT, sobre el uso y manejo de los recursos naturales, así como también de la propiedad intelectual.

Finalmente dentro de esta pregunta señalaremos que la administración de proyectos debe ser paulatinamente transferida a las comunidades; las ONG serían las iniciadoras de los procesos, pero cuando éstos están en marcha, ellas deben retirarse oportunamente. Otro de los requerimientos sería simplificar los formatos para la presentación de proyectos comunitarios ambientales.

En el campo de la educación formal, a pesar de la cantidad de cambios y reformas que se han dado, todavía se sigue enseñando a los niños que en tal parte están los colorados, en la otra los yumbos, los aucas, etc., desconociendo los verdaderos nombres de las etnias, como sáchilas, quechuas, huaoranis, etc. Estas costumbres deben modificarse.

Tiene que desarrollarse el trato adecuado y cortés al turista; todos tenemos que educarnos para tratar al turista adquiriendo una cultura turística, pero no sólo por parte de quienes estamos vinculados directamente al turismo, sino por toda la población.

Tema 5: Diseño y desarrollo de productos turísticos a nivel comunitario

¿Qué hacer?

- Establecer una adecuada relación de participación con todos los sectores interesados en la actividad turística, buscando mecanismos para una concertación voluntaria a efectos de convenir en los términos de una colaboración eficaz y oportuna.
- Cada sector tiene que asumir con entereza su propia responsabilidad.
- En lo que atañe a la integración de Municipios y Consejo Provincial, es tarea de los alcaldes y prefectos, de los concejales y consejeros enterarse de la responsabilidad que tienen, conocer el marco legal y normativo, etc.
- En lo práctico, el municipio tiene que mejorar los servicios para atraer a los turistas, buscando

fórmulas adecuadas para brindar buenos y eficientes servicios como agua potable, accesibilidad, energía eléctrica, comunicaciones, etc., de lo contrario, los esfuerzos de la comunidad y el sector privado serán sinónimo de fracaso.

- Luego se requiere de un inventario de los productos y atractivos de la zona, creando una base de datos para saber con qué se cuenta, cuáles son los productos y servicios turísticos que se quiere promocionar y vender.
- Importa igualmente generar un entorno social de tranquilidad y armonía, respetando a cada uno de los actores, sus respectivos derechos y obligaciones.
- Respetar los compromisos y protocolos internacionales, los códigos de ética, los derechos humanos, en especial los derechos de los pueblos indígenas contemplados en el Convenio número 169 de la OIT.
- Auspiciar e impulsar la conformación de corporaciones y uniones entre los actores más débiles del sector turístico, calificando a sus recursos humanos.

¿Cómo hacer?

- Impulsar convenios estratégicos entre los sectores público, privado y comunitarios.
- Fortalecer las actividades de los gobiernos seccionales.
- Promocionar ampliamente los productos turísticos en el país y fuera de él.
- Diseñar estrategias de protección ambiental.
- Establecer un sistema de supervisión y control tendiente a minimizar impactos sociales y ambientales que puedan derivarse de la actividad turística.

Tema 6: Segmentos de mercado y marketing para productos turísticos comunitarios

¿Qué hacer?

- En términos de segmentación del mercado conviene partir de estudios, de perfiles de los

turistas, de sus gustos y preferencias, para definir un programa comunitario de actividades.

- Monitorear y evaluar el grado de satisfacción del cliente con respecto a los servicios y el producto turístico de la comunidad.
- Sobre el marketing, una vez que se cuente con el inventario de atractivos turísticos de la zona y de la comunidad, es necesario diseñar propuestas de productos y circuitos en la región o en alianza con varias regiones.
- Definir una estrategia para introducir en el mercado la oferta de cada comunidad.
- Aplicar el plan de marketing o de mercadeo, estableciendo canales de oferta y distribución de los productos y servicios.
- En el área de la comercialización, buscar alianzas para ofertar y vender el producto.

¿Cómo hacer?

- Realizando encuestas y entrevistas a los turistas y evaluando con ellos la calidad de los servicios brindados por la comunidad.
- A través de una participación directa de la comunidad y con otros actores.
- Preparando recursos humanos competentes y profesionales en las propias comunidades, con base en la demanda y la oferta del mercado.
- Movilizando recursos económicos y técnicos propios o a través de alianzas e intercambio de conocimientos y experiencias.
- Difundiendo los resultados y las lecciones extraídas de dichas experiencias positivas o negativas.
- Participando en ferias y otros espacios apropiados con material adecuado: publicidad, gracias a trípticos, afiches, vídeos, etc.

Tema 7: Gestión empresarial para el desarrollo del turismo sostenible

Definición de empresa comunitaria: Se entenderá como empresa comunitaria aquella que realiza actividades turísticas con aval de la or-

ganización comunitaria y cuyos beneficios sociales obtenidos de las utilidades favorezcan a la comunidad.

¿Qué hacer?

- Conocer las políticas en el campo nacional, provincial cantonal y local que regulan la actividad turística.
- Conocer mejor las estrategias empresariales.
- Diseñar y ejecutar proyectos con enfoque comunitario que fortalezcan los ámbitos culturales, sociales, económicos y ambientales.
- Sistematizar las experiencias y fortalezas de la comunidad y replantearlas en función de sus objetivos generales y sectoriales.
- Para la prestación de servicios, profundizar y profesionalizar los procesos de capacitación de los recursos humanos disponibles y preparar nuevos.

¿Cómo hacer?

- Realizando encuentros con todos los actores, para conocer las estrategias o planes que cada uno está ejecutando.
- Estableciendo alianzas con los sectores involucrados y enfatizando la participación de las comunidades, en particular los jóvenes y las mujeres.
- Utilizando de manera eficiente los recursos y optimizando los proyectos comunitarios.
- Para la prestación de servicios, gracias a planes de capacitación y firma de convenios con ONG y universidades.

Tema 8: Recursos humanos para el turismo sostenible en el ámbito comunitario

¿Qué hacer?

- Definir una política y un plan de capacitación comunitario del personal vinculado con la actividad turística orientado a la profesionalización.

- Capacitar permanentemente a los miembros de la comunidad en los diversos temas técnicos y de administración que comporta la actividad turística y la gestión de empresas comunitarias.
- Definir un plan de capacitación participativo en ciertos temas generales, dirigido al personal de la empresa turística, a los municipios, organizaciones y comunidades indígenas en general.
- Conocer a cabalidad los instrumentos legales vigentes en el país en relación con el turismo y sus impactos.

¿Cómo hacer?

- Insertando la capacitación turística en el sistema educativo, en los niveles escolar y secundario.
 - Ejecutar el plan de capacitación comunitario mediante un proceso y un programa definidos.
 - Estableciendo un seguimiento asiduo del cumplimiento del plan de capacitación.
 - Evaluando periódicamente los resultados, midiendo los logros y dificultades para mejorar la ejecución del plan y los servicios turísticos de la comunidad.
- Estableciendo alianzas duraderas entre comunidades, Estado, Ministerio de Turismo, organismos no gubernamentales, sector privado y universidades.
 - Realizando talleres participativos para asimilar contenidos y alcances de las leyes, reglamentos y convenios vigentes en el país para el conocimiento del marco legal vigente.
 - Talleres participativos para dar a conocer y afirmar los conocimientos colectivos ancestrales de los pueblos indígenas, su valor científico y la problemática de su comercialización.
 - En términos de recursos, preparando los recursos humanos que están en las comunidades, en la actividad turística y en las municipalidades.
 - Movilizando fondos de las instituciones públicas, como el Ministerio de Turismo y el CODEMPE, las ONG, la empresa privada y la contraparte de la comunidad.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El seminario-taller sobre “Turismo Sustentable: Estado, Comunidad y Empresa frente al Mercado”, arribó a las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- Suscribir el concepto básico de desarrollo sostenible establecido en la Cumbre de la Tierra de 1992, como política a mediano y largo plazo, en la medida que propugna un adecuado equilibrio entre el crecimiento económico, la equidad social y la protección del medio ambiente, así como el uso de los recursos naturales.
- El turismo sostenible debe enmarcarse en los principios básicos de la Declaración de Río de Janeiro sobre Desarrollo y Medio Ambiente, para cumplir con los criterios de sostenibilidad social, cultural, ecológica y económica. Además el turismo debe inscribirse en una visión a largo plazo, pues contempla los derechos de las generaciones actuales y futuras, en la medida que se rige y promueve un adecuado equilibrio de valores éticos, sociales y culturales, reconociendo en particular los derechos de los pueblos indígenas, tal como los consagra el Convenio número 169 de la OIT.
- Como bien ha señalado la OIT, el turismo sostenible es una modalidad de gestión social de los recursos ecológicos, económicamente eficiente, socialmente equitativa y respetuosa de la cultura indígena. Por ello, el turismo con dichas comunidades debe incluir la promoción de los derechos fundamentales en el trabajo, crear un empleo digno para hombres y mujeres, aumentar la protección social y fortalecer el diálogo social, particularmente entre quienes están comprometidos en la actividad turística.

En cuanto a los temas específicos que fueron objeto de deliberación y debate en los talleres grupales, los participantes concluyeron en lo que sigue:

i) Requerimientos institucionales y políticas para el desarrollo del turismo sostenible

- ✓ Establecer mecanismos de cooperación, coordinación entre instituciones privadas, públicas, organizaciones indígenas, comunidades y ONG.
- ✓ Establecer un marco legal consensuado con todos los actores involucrados, respetando las prescripciones del Convenio número 169 de la OIT, los derechos colectivos en la Constitución, así como otras normas y leyes internacionales (ONU, UNESCO).
- ✓ Establecer un proceso y mecanismos transparentes de certificación del turismo.
- ✓ Propiciar la definición de los términos y acciones, en los niveles local y nacional, tendientes a garantizar la seguridad para el desarrollo del turismo.
- ✓ Organizar talleres participativos locales, regionales, nacionales e internacionales que faciliten el intercambio y la capitalización de experiencias comunitarias.
- ✓ Mantener un flujo de información permanente entre los diferentes actores del turismo.
- ✓ Establecer una oficina de coordinación interinstitucional a nivel nacional.

ii) Planificación y gestión municipal del turismo sostenible

- ✓ Establecer mecanismos operativos para una planificación participativa estratégica.
- ✓ Superar la debilidad actual en capacidad de gestión turística mediante capacitación adecuada y suficiente.
- ✓ Reconocimiento y aplicación del reordenamiento y circunscripciones territoriales de los pueblos y nacionalidades indígenas, para fortalecer la identidad cultural y determinar el ámbito de acción.

- ✓ Realizar investigaciones, diagnósticos e inventarios turísticos participativos en los ámbitos provincial, cantonal y local.
 - ✓ Fomentar el fortalecimiento institucional, a través de la capacitación, el establecimiento de un marco legal y relaciones interinstitucionales transparentes y renovadas.
 - ✓ Crear un departamento especializado en la coordinación de turismo de competencia municipal.
 - ✓ Desarrollar una política de comunicación, promoción e información.
- iii) *Planes y proyectos de turismo sostenible con participación comunitaria*
- ✓ Reconocer al turismo comunitario como una actividad dinamizadora del desarrollo económico local, regional y nacional, y facilitarle los medios para su desarrollo.
 - ✓ El turismo sostenible permite el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, los pueblos y nacionalidades indígenas; su fomento debe ser prioridad de los gobiernos nacional y local.
 - ✓ Buscar y asegurar los mecanismos adecuados para transformar los atractivos turísticos comunitarios en productos turísticos competitivos.
 - ✓ Mantener y fortalecer las culturas de las comunidades a través de la promoción del turismo.
 - ✓ Rescatar y valorar las diferentes manifestaciones culturales de los pueblos y nacionalidades de Ecuador.
 - ✓ Conservar, proteger y recuperar los recursos naturales renovables y no renovables de las comunidades.
- iv) *Ambiente e interculturalidad en el turismo con comunidades indígenas*
- ✓ Todo proyecto o acciones de apoyo en torno al turismo debe considerar y respetar la interculturalidad entre los pueblos.
 - ✓ Respetar las instituciones, normas, costumbres y reglamentos de las nacionalidades, pueblos y comunidades.
- ✓ Defender los derechos ancestrales y la propiedad intelectual comunitarias atinentes a los recursos naturales de los pueblos y nacionalidades del Ecuador.
 - ✓ Frenar la tala indiscriminada del bosque amazónico y la consecuente destrucción del hábitat secular de las comunidades, su flora y fauna silvestres.
 - ✓ Consensuar reformas a las leyes pertinentes, a fin de que se permita la administración conjunta de las áreas protegidas entre los organismos responsables y otros actores, a fin de garantizar la defensa y preservación de la gran diversidad biológica.
 - ✓ Exigir a los organismos públicos competentes la adopción de medidas inmediatas que propicien la defensa y preservación de los diversos ecosistemas que posee el país.
- v) *Diseño y desarrollo de productos turísticos a nivel comunitario*
- ✓ Creación y mejoramiento de los servicios básicos y de una infraestructura adecuada que brinde el necesario confort y comodidad a la comunidad y al turista.
 - ✓ Consecución de la asistencia técnica necesaria para cubrir las necesidades en este orden.
- vi) *Segmentos de mercado y marketing para productos turísticos comunitarios*
- ✓ Estudios de mercados, para una eficiente administración turística.
 - ✓ Identificar los organismos que apoyen la realización de estudios técnicos en mercadeo y propiciar alianzas mutuamente provechosas.
 - ✓ Fortalecer la comercialización, promoción y venta de los productos turísticos.
- vii) *Gestión empresarial para el desarrollo del turismo sostenible*
- ✓ Planificación estratégica participativa la promoción, oferta y comercialización de nuestros productos turísticos.

- ✓ Gestión empresarial, de recursos humanos, económicos y tecnológicos para el desarrollo del turismo comunitario.
- ✓ Capacitación del recurso humano, como uno de los principales elementos de gestión del turismo de la comunidad.

viii) Recursos humanos para el turismo sostenible en el ámbito comunitario

- ✓ Creación de un fondo financiero con recursos del ECORAE y del presupuesto del Estado para el fomento y desarrollo del turismo comunitario.
- ✓ Disponibilidad de una línea de crédito de la CFN para financiar proyectos turísticos.
- ✓ Apoyo y financiamiento del PRODEPINE para estos procesos y proyectos turísticos comunitarios.
- ✓ Adecuar el marco legal para el reconocimiento y operación adecuada de la empresa turística comunitaria.
- ✓ Capacitación y asistencia técnica en la parte administrativa y operativa por parte de la OIT.

ix) Otros temas de interés

- ✓ Realización de un seminario taller para tratar la Ley de Turismo, antes de que ésta sea enviada al Congreso, para que constituya un producto de consenso entre las organizaciones y comunidades indígenas.
- ✓ Que se realicen todas las gestiones necesarias para que el Ecuador ingrese a la Red de Turismo Sostenible (Redturs) gestionada por la OIT.
- ✓ Que en el Encuentro Internacional, a realizarse próximamente en Otavalo, se avancen iniciativas concretas con relación a estos planteamientos.
- ✓ Que se trabaje en la definición de la condición jurídica de la “empresa comunitaria”.
- ✓ Que se tome en consideración el Plan Colombia, como un atentado al medio ambiente, al turismo comunitario y a la propia integridad de los pueblos y nacionalidades indígenas de las provincias del norte de país.
- ✓ Que se atienda de manera urgente la situación de los operadores turísticos nativos y comunitarios, mientras se delibera y aprueba la Ley de Turismo y su Reglamento, a fin de evitar la diaria represión que sufren por parte de la fuerza pública.

VIII. PREGUNTAS Y COMENTARIOS

Sra. Blanca Chancoso: Las experiencias compartidas en este seminario nos plantean la necesidad de ir buscando adecuadas alternativas para la sobrevivencia y desarrollo de cada una de los sectores que hacen turismo, tomando obviamente en cuenta la sostenibilidad de la naturaleza y de quienes estamos inmersos en ella. Hemos llegado a coincidencias en cuanto a la necesidad de buscar instancias y mecanismos que garanticen la preservación y mejoren los espacios que el turismo incorpora como nueva mercadería. Hay coincidencia también en la necesidad de un marco legal que proteja y garantice los intereses, tanto de los que hoy hacen parte de la actividad turística como de las comunidades que estarían buscando explotar sus espacios y atractivos. Sin embargo, existen dudas pues creo que no tenemos un conocimiento cabal de las propuestas para el marco legal (Ley y Reglamento de Turismo). La preocupación de la Conaie es no ser utilizados y nuevamente marginados: Como sectores afectados debemos ser partícipes en las deliberaciones, para que la Ley beneficie a los sectores más pequeños, a todo el país y no solamente a un grupo, las grandes cámaras empresariales. Se puede así ir abriendo espacios, por ejemplo, de marketing y mejora de la calidad de los servicios locales. Reitero en la necesidad de un proceso consultivo más amplio para que todas las comunidades participen. Con las conclusiones de este evento podemos ir mejorando las sugerencias que llevaremos a los talleres locales y nacional.

Sra. Ministra de Turismo (Dra. Rocío Vásquez): Coincido con Doña Blanca, cualquier marco legal tiene que ser lo más consensuado posible, para provocar fricciones y acercarse lo más posible a nuestras aspiraciones. Que todos conozcamos plenamente las reglas del juego. Tenemos que dar seguridad jurídica a todos los actores y esperamos que esa norma tenga una

vigencia duradera. Lo que hemos hecho es socializar un tema y es necesario nombrar comisiones, grupos de trabajo y, en todo caso, ponernos un plazo. Ojalá en treinta días podamos llegar a un acuerdo. El objetivo de país y del Ministerio y, espero de todos los que estamos aquí, es que en el 2002. Ecuador esté en capacidad de liderar a nivel mundial el tema del ecoturismo con participación comunitaria. Para ello, necesitamos de una política de sostenibilidad, como una práctica de responsabilidad, de un turismo responsable. Podemos mostrar al mundo, ya no solamente cosas negativas, como la corrupción, sino cosas positivas y ésta es una buena noticia que Ecuador puede dar al mundo, si trabajamos en forma conjunta. El nuevo marco legal tiene que ir al Congreso, y lo llevamos trabajando más de un año, incluso se me ha dicho que la Ministra va en la 15^o versión del Proyecto de Ley; para mí, eso expresa claramente el afán de llegar a consensos. La decisión del Presidente de la República es de mandar esa Ley al Congreso lo más pronto posible: Ayer se firmó un documento del Consejo Nacional en Competitividad. Luego tendremos que ir ajustando el Reglamento, así como otros instrumentos en los que está trabajando el Ministerio (Reglamento de Alojamiento, Reglamento de Guianza, etc.) que conciernen a muchos de los que están aquí presente. Los invito a ser partícipes, a dar a conocer sus opiniones, a integrarse a las Mesas de Trabajo de manera desconcentrada, pues el Ministerio está trabajando a través de sus Subgerencias Regionales, que son sus interlocutores más directos.

Pregunta: Sabemos que existen dos formas de empresas, la pública y la privada, pero se está proponiendo una tercera categoría: la empresa comunitaria. ¿Hay alguna experiencia en otros países de reconocimiento jurídico de la empresa comunitaria?

Respuesta Carlos Maldonado: En algunos países existen las llamadas empresas asociativas que forman parte de lo que se conoce como sector de la economía social, junto con las cooperativas. Existen algunas formas jurídicas asimilables, afines o próximas, con algún nivel de conceptualización; este debería ser uno de los temas a debatir en el próximo encuentro internacional y uno de los aportes de Redturs, facilitando material jurídico y experiencias sobre empresa asociativas, cooperativas o comunitarias.

Pregunta: Se refirió a experiencias de fracasos de varios proyectos de turismo comunitario en el Perú, en Bolivia y en Ecuador pasa algo similar. ¿Existe alguna metodología para reestructurar este tipo de empresa?

Respuesta Carlos Maldonado: La metodología de autoevaluación que hemos propuesto a las comunidades aspira a favorecer la reflexión sobre la sostenibilidad de las experiencias analizadas. En la medida que precisamos sus debilidades y fortalezas, podemos sugerir las medidas adecuadas para su reestructuración, proyectando incluso el futuro de esas empresas. Eso, sin embargo, hay que hacerlo caso por caso, pues las empresas no siempre enfrentan las mismas dificultades, ni se desenvuelven en el mismo ámbito local o nacional. Lo que también podemos hacer, en una fase ulterior, es favorecer el intercambio de experiencias para que las comunidades vayan cotejando cuáles han sido los factores de éxito o fracaso y extraigan enseñanzas útiles para hacer su propia “reingeniería”.

Pregunta: ¿Cómo obviar el problema de la capacidad de carga en las comunidades?

Respuesta: No se puede ofrecer más de lo que se tiene, no se puede caer en el grave error de pensar únicamente en los ingresos económicos que puede reportar el turismo; para nosotros, es más importante el conocimiento que tengan de nuestra comunidad. Como alternativa puede con-

siderarse precisamente la vinculación con otras comunidades, las alianzas, como el caso de Ricancie. El caso de Capirona, que fue la primera comunidad que entró en este tipo de turismo, nos enseña que la sobre demanda les obligó a asociarse, naciendo así la idea de unirse para recibir a los visitantes.

Comentario/pregunta: La experiencia modesta que hemos traído de nuestra empresa comunitaria demuestra que, en determinado momento, la utilidad económica llega a ser no muy importante; más importante resulta la utilidad ambiental que hemos logrado en el aspecto cultural. Para nosotros es mucho más importante saber cuánto la gente ha aprendido y la experiencia que ha ganado, aunque pueda ser que en tal año hayamos perdido económicamente. Se dice que el indio es el cuidador de la selva, ahora no es el cuidador, ahora quizás es el primero que está destruyendo porque la necesidad le hace derribar los árboles para venderlos. Pero ahora la gente va entendiendo y se da cuenta de que, con el turismo, es preferible tener los árboles en pie que hechos pedazos; eso también es utilidad y hay que valorarla y cuantificarla. Por otro lado, deseo tener más información sobre la página web. ¿Quién va a hacerla funcionar? ¿Cómo se hace llegar la información para que se incluyan en esta página?

Respuesta Carlos Maldonado: En cuanto a la página web (www.redturs.org), su alimentación y gestión, por el momento, se realizan desde el Perú, para ese país y en general. Está en curso otra consultoría para el diseño de un portal que incluya Ecuador y Bolivia. En el Perú, Interacción y Eco Ciudad son las contrapartes de la OIT y actúan también como miembros fundadores de la Red de Turismo Sostenible (Redturs), cofinanciando el funcionamiento de la página (mantenimiento de la misma, búsqueda y entrada de la información). Estamos buscando interlocutores interinstitucionales competentes para que realicen este trabajo para Ecuador y Bolivia, buscando, asimismo, un compromiso de continuar por su

cuenta, luego de un año o dos de cofinanciamiento de la operación con la OIT. En todo caso, el portal no será manejado por nuestra institución; hemos impulsado la iniciativa como fundadores y patrocinadores, pero queremos que la misma opere en cada país con instituciones y recursos propios, con miras a su sostenibilidad. Vamos a continuar, obviamente, facilitando todo tipo de información, investigaciones, vínculos institucionales y enlaces con otras páginas o sistemas de información, como la nuestra sobre promoción de microempresas (www.sipromicro.org).

Pregunta: Quería conocer información respecto a la articulación que se da en los proyectos entre los municipios y el sector privado que hace turismo.

Respuesta Carlos Maldonado: Este ámbito no ha sido aún objeto de estudio. Pero en el caso del Perú, en el Valle Sagrado de los Incas, departamento de Cusco, las comunidades, por ejemplo, han logrado conquistar las alcaldías y las municipalidades y están proponiendo trabajar todo un circuito; se encuentran negociando con los operadores turísticos un tratamiento especial para esa zona. Este seminario puede aportar mucho en este sentido, porque es uno de los países en donde se cuenta con más alcaldes indígenas y, suponemos, la vinculación entre Municipio y comunidad es más armónica o más orgánica (que en los casos donde los alcaldes no dan mucha importancia a la participación de la comunidad en la definición de los planes de desarrollo turístico) lo que facilitaría la negociación de alianzas con el sector privado.

Pregunta: Me refiero a la dimensión estratégica ambiental y a los Estados de estos tres países, especialmente al nuestro, ¿qué intervención debería tener para fortalecer el medio ambiente? No-

sotros, en una o en otra forma, somos destructores, somos deforestadores por naturaleza o por necesidad. La gente vive de vender el carbón, la madera, de explotar a veces de manera inadecuada los recursos naturales. Pero el Estado debería promocionar, no sólo, la creación de nuevas actividades turísticas como fuente de trabajo, sino que tiene que fortalecer el entorno; me refiero a las comunidades que deben dedicarse a reforestar, empezando por las especies que ya no existen o que están en peligro de extinción.

Respuesta Carlos Maldonado: Creo que el Gobierno ecuatoriano ha tomado, en lo que se refiere a la Agenda 21, el compromiso de aplicar una política nacional y realizar una serie de programas, entre los cuales está la educación, en general, y campañas de sensibilización de los agentes que intervienen en la explotación o manejo de los recursos naturales. Pero desafortunadamente estamos viendo que la sostenibilidad del ambiente, de los ecosistemas y recursos naturales se sacrifican a la hora de tomar las decisiones de explotación petrolera, minera, forestal o ganadera. Algunas instituciones, como la FAO, están trabajando con las comunidades en planes de manejo y aprovechamiento sostenible de los recursos. Las comunidades que tienen este propósito deberían solicitar asistencia técnica a los ministerios encargados de la problemática, sin dejar de insistir que se cumplan los compromisos y convenios celebrados a nivel internacional. En el caso del turismo, en algunas comunidades ya existe una estrategia muy sabia, que consiste en determinar tres zonas: una primera o “zona de amortiguamiento“ a la cual pueden ingresar los turistas, pero de allí no pasan; una segunda destinada a ser explotada por la comunidad con fines de sustento y supervivencia; y una tercera zona intangible, preservada rigurosamente para las generaciones futuras.

ANEXO 1

PROGRAMA TURISMO SOSTENIBLE: ESTADO, COMUNIDAD Y EMPRESA FRENTE AL MERCADO

El seminario taller tiene como propósito central convocar a los diferentes actores con responsabilidad o interesados en la planificación y desarrollo del turismo sostenible en Ecuador, para reflexionar conjuntamente sobre los desafíos, potencialidades, riesgos y restricciones que implica la promoción del turismo con comunidades y municipios rurales. Al término del mismo se espera contar una serie de lineamientos de política y orientaciones estratégicas para una acción mancomunada entre estos actores. En síntesis, se trata de responder a una pregunta directriz fundamental: ¿Cómo desarrollar el turismo desde las comunidades y los municipios rurales en forma sostenible?

I. OBJETIVOS

General:

Contribuir a la promoción del sector turístico como uno de los componentes relevantes del desarrollo económico local, a efectos de generar y mejorar la calidad de empleo de las comunidades indígenas y fortalecer la capacidad de las instituciones locales.

Específicos:

- 1) Dar a conocer y debatir los contenidos de la política pública vigente en materia de desarrollo del turismo y descentralización de su gestión en Ecuador.
- 2) Presentar algunas experiencias de turismo en comunidades indígenas y planificación turística en municipios rurales y analizar su sostenibilidad.
- 3) Propiciar un diálogo constructivo entre los actores públicos, privados y comunitarios que intervienen en la planificación, promoción, oferta y comercialización de productos turísticos
- 4) Definir y concertar lineamientos de política y orientaciones estratégicas para una eficaz cooperación entre dichos actores, a fin de garantizar y lograr la sostenibilidad del turismo.

II. ORGANIZADORES

El Ministerio de Turismo del Ecuador (MT), la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (Conaie) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

III. PARTICIPANTES

- Ministerios de Turismo y del Ambiente, Codenpe, Prodepine
- Comunidades y organizaciones indígenas.
- Municipios rurales con potencial y voluntad de promover el turismo sostenible
- Cámaras de Turismo y operadores turísticos del sector privado.
- ONGs con experiencia y compromiso en el desarrollo del sector.
- Agencias de cooperación internacional.

IV. AUSPICIO

Organización Internacional del Trabajo (OIT)

V. LUGAR

Puyo, Provincia de Pastaza, Hostería Safari

VI. FECHA

1, 2 y 3 de agosto del 2001

VII. ANEXOS

1. Programa del Taller
2. Lista de Participantes

PROGRAMA DEL TALLER

Martes 31 de julio

Llegada e inscripción de los participantes

Miércoles 1 de agosto

Mañana:

- 8:00 Inscripción de los participantes
- 8:30 Inauguración del evento:
Sra. Ministra de Turismo
Representante de la Conaie
Representante de la OIT
- 9:00 Políticas del Gobierno de Ecuador en materia de ecoturismo y gestión descentralizada.
- 9:30 Metodología para analizar la sostenibilidad de proyectos de turismo con comunidades indígenas (Carlos Maldonado, OIT).
- 10:00 Preguntas y comentarios
- 10:30 *Pausa refrigerio*
- 11:00 Presentación de estudios de caso sobre turismo comunitario (Susana Andrade, consultora)
- 11:45 Presentación de estudios de caso sobre turismo comunitario (Antonio Males, consultor)
- 12:30 Preguntas y comentarios
- 13:00 *Almuerzo*

Tarde:

- 14:30 Política de la Conaie sobre turismo y presentación de una experiencia comunitaria
- 15:15 Presentación de un plan o proyecto turístico municipal (experiencia a seleccionar)
- 16:00 Preguntas y comentarios
- 16:30 *Pausa refrigerio*
- 17:00 Cámaras de Turismo y operadores turísticos: estrategias de promoción
- 17:45 ONGs: estrategias de apoyo a iniciativas locales de eco/etnoturismo
- 18:30 Preguntas y comentarios
- 19:00 Conformación de grupos de trabajo
- 19:30 *Cena*

Jueves 2 de agosto

Mañana:

- 8:30 Trabajo en talleres:
Grupo1: *Requerimientos institucionales y de política para el desarrollo del turismo sostenible*

- Grupo 2: *Planificación y gestión municipal del turismo sostenible*
Grupo 3: *Planes y proyectos con participación comunitaria para el turismo sostenible*
Grupo 4: *Ambiente e interculturalidad para el turismo en comunidades indígenas*
- 10:30 *Pausa refrigerio*
11:00 Plenaria: Presentación de resultados y propuestas. Debate
Grupos 1, 2, 3 y 4
13:00 Almuerzo

Tarde:

- 14:30 Trabajo en talleres:
Grupo 1: *Diseño y desarrollo de productos turísticos a nivel comunitario y municipal*
Grupo 2: *Segmentos de mercado y marketing para productos turísticos*
Grupo 3: *Gestión empresarial para el desarrollo del turismo sostenible*
Grupo 4: *Recursos humanos para el desarrollo del turismo sostenible comunitario*
- 16:00 *Pausa refrigerio*
16:30 Plenaria: Presentación de resultados y propuestas. Debate
Grupos 1, 2, 3 y 4
19:00 *Cena*

Viernes 3 de agosto

Mañana:

- 8:30 Servicios de información, comunicación y capacitación de recursos humanos para el turismo sostenible (Carlos Maldonado, OIT)
Redturs: Red de Servicios para el Turismo Sostenible
Guías pedagógicas para la capacitación de recursos humanos comunitarios y municipales.
- 9:30 Debate sobre las iniciativas propuestas
10:30 *Pausa refrigerio*
11:00 Conclusiones y recomendaciones del Taller (Comisión de redacción)
12:00 Sesión de clausura
13:00 *Almuerzo*

Tarde:

Libre para visitar experiencias locales de turismo.

ANEXO 2

LISTA DE PARTICIPANTES

1. Dra. Rocío Vázquez	Ministra de Turismo
2. Dra. Elsa María Castro	Ministerio de Turismo
3. Ing. Gilda Bautista	Ministerio de Turismo
4. Ing. José Miguel Carrión	Ministerio de Turismo
5. Dr. Enrique Laso	Ministerio de Turismo
6. Sr. Marco Miño	Ministerio de Turismo
7. Srta. Patricia Gualinga	Ministerio de Turismo
8. Dra. Susana Andrade	Ministerio de Turismo/OEA
9. Dr. Antonio Males	Ministerio de Turismo/OEA
10. Sra. Blanca Chancoso	CONAIE
11. Dr. Méntor Sánchez	CONAIE
12. Sr. Miguel Tisalema	CONAIE
13. Sra. Lola Criollo	CONAIE
14. Sr. Marco Tangoy	CONAIE
15. Sr. Nicolas Paucar	FEINE
16. Sr. Rubén Suqui	FEINE
17. Sr. José Manuel Criollo	FEINE
18. Sr. Ariruma Kowi	PRODEPINE
19. Sr. Carlos Pomaquiza	PRODEPINE
20. Sra. Laura Potosí	PRODEPINE
21. Sr. Martín Curuchumbi	PRODEPINE
22. Sr. Manuel Caiza	CODENPE
23. Sr. Sandro Zúñiga	ECORAE
24. Sra. Isabel Cachago	Cámara de Turismo de Orellana
25. Sr. Jorge Vejar	Cámara de Turismo de Pastaza
26. Sra. María Fernanda Narváez	Cámara de Turismo de Pastaza
27. Sr. Guillermo Dávalos	Cámara de Turismo de Morona Santiago
28. Sra. Guillermina Cruz	Consejo Provincial de Napo
29. Sr. José Megar	Consejo Provincial de Napo
30. Sr. Carlos Aguilar	Consejo Provincial de Pastaza
31. Sr. Edwin Echeverría	Municipio de Cotacachi
32. Sr. Manuel Gavín	Municipio de Guamote
33. Sr. Patricio Quinga	Municipio de Orellana
34. Sr. Roberto Alvarado	Municipio de Orellana
35. Sr. Richard Jiménez	Municipio de Orellana
36. Sr. Frankie Lugo	Municipio de Mera
37. Sr. Emilio Grefa	RICANCIE
38. Sr. Benito Nantipa	Unión Guacamayo
39. Sr. Segundo Maldonado	UNAINCO, Otavalo
40. Sr. Hugo Chamorro	Grupo Juvenil Salinas Provincia de Bolívar

- | | |
|------------------------------|---|
| 41. Sr. William Ramírez | Grupo Juvenil Salinas, Coordinador |
| 42. Sr. Alfonso Mayancela | Instituto Ingapirca Provincia de Cañar |
| 43. Sr. Segundo Palchisaca | Instituto Ingapirca Provincia de Cañar |
| 44. Sr. María Isabel Yupo | Instituto Ingapirca Provincia de Cañar |
| 45. Sr. César Piaguaje | OISE, Piraña Tours |
| 46. Sr. Tarquino Tapuy | FOIN |
| 47. Sr. César Grefa | FOIN |
| 48. Sr. José Gualinga | Papangu Atacapi Provincia de Pastaza |
| 49. Sr. Jimmi Santi | Papangu Atacapi Provincia de Pastaza |
| 50. Sr. Miguel Angel Morales | Papangu Atacapi Provincia de Pastaza |
| 51. Sr. Augusto Ramírez | Brigada de Selva 17 Provincia de Pastaza. |
| 52. Sr. Darwin Figueroa | Policía Nacional |
| 53. Sr. Juan Huamoni | ONHAE, Coordinador |
| 54. Srta. Paula Moreno | Fundación Natura |
| 55. Sr. Diego Andrade | ASEC |
| 56. Sra. Sofía Darquea | Tropic Ecological Adventurs (Tropic) |
| 57. Sr. Moi Enomenga | Tropic/ONHAE |
| 58. Sra. María Enomenga | Tropic |
| 59. Sra. Lucy Ruiz | Fundación Ambiente y Sociedad |
| 60. Dr. Carlos Maldonado | Experto OIT |
| 61. Dr. Camilo Restrepo | Consultor OIT |
| 62. Dr. Jaime Romero | Consultor |

NOTAS

1 El contexto legal se fundamenta en la Constitución, sobre todo en el Art. 226 en donde se especifica que todas las competencias del Estado central pueden ser descentralizadas, siempre y cuando la entidad seccional demuestre que tiene la capacidad para hacerlo. De igual manera, la Ley de Régimen Municipal que establece como función primordial del Municipio el desarrollo turístico cantonal; la Ley de Descentralización y Participación Social; el Decreto 1581, que la reglamenta; la Ley de Desarrollo Turístico que favorece el desarrollo turístico armónico en las regiones del país y, por último, el Decreto 1424 del 10 de abril de 2001 que establece las políticas del Estado para el desarrollo de la actividad turística.

2 Entre ellos, el Presidente de la República, ocho Ministros de Estado, la Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME), la Confederación de Consejos Provinciales del Ecuador (CONCOPE), el CODEMPE, el Consejo Nacional de Universidades y Escuelas Politécnicas (CONUEP), el CEDENMA en representación de las ONG del país, el FENACAPTUR involucrando a todas las cámaras y empresarios turísticos y, como testigos de honor, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Congreso Nacional.

3 Ver Maldonado, Carlos: *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo sostenible con comunidades indígena*. Lima, OIT, agosto de 2000.